

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE HISTORIA E INSTITUCIONES
ECONÓMICAS I



TESIS DOCTORAL

**Formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y
escuelas de negocios**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

María Teresa Freire Rubio

DIRECTOR

Luis Perdices de Blas

Madrid, 2017

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO DE HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS I



FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LA
ENSEÑANZA DE ECONOMÍA Y ESCUELAS DE
NEGOCIOS

TESIS DOCTORAL

Autora: MARÍA TERESA FREIRE RUBIO

Director: LUIS PERDICES DE BLAS

Madrid, 2015



Agradecimientos

Puede resultar obvio, pero es necesario señalar que la presente tesis doctoral no ha sido elaborada únicamente con mi esfuerzo. Para ser justa, debo reconocer las deudas adquiridas durante su elaboración, que son muchas y en la mayoría de los casos, impagables.

En primer lugar me gustaría agradecer al director de la tesis, Luis Perdices de Blas, todo el esfuerzo y el tiempo que ha empleado, en estar pendiente de la evolución y corrección de este trabajo para mejorar los resultados de la investigación. Sin embargo para hacer justicia con él, mi mayor agradecimiento, aun siendo mucho, no va hacia su labor académica sino hacia su apoyo personal y moral desde que trabajo con él. En definitiva, si este trabajo se ha realizado, ha sido gracias a su tenacidad y constancia a la hora de convencerme de hacerlo.

También me gustaría agradecer la ayuda de mis compañeros del departamento de Historia e Instituciones Económicas I desde que trabajo con ellos, en particular a Ana Rosado Cubero, con quien he compartido gran parte de los congresos y publicaciones que han acompañado esta investigación, y a Manuel Santos Redondo, por su ayuda y apoyo incondicional, siempre que lo he necesitado.

De la misma forma quiero expresar mi gratitud a mis compañeros de ESIC, por la ayuda que me han brindado en todo momento para poder llevar a buen término este trabajo, y en particular a Francisco Llamazares Redondo e Ignacio Soret Los Santos, por su generosa ayuda en el desarrollo del tratamiento estadístico del trabajo, gracias a lo cual he aprendido mucho y me han permitido, gracias a ellos, poder completar ese análisis, además de poder compartir con ellos momentos muy gratificantes y divertidos. Igualmente agradecer a Simón Reyes Martínez Córdova; Patxi Larrea Pascal y Eduardo Gómez Martín, quienes desde hace muchos años, siempre me han prestado su apoyo y respeto a los trabajos que he realizado en ESIC.



Deseo hacer una especial mención a mi familia, en particular a mis padres, por su apoyo personal y porque desde que recuerdo, sus valores y comportamiento han sido un ejemplo a seguir para mí.

Por último, deseo agradecer a todos aquellos participantes/alumnos de Postgrado que de forma desinteresada y anónima, no mostraron ninguna reticencia a la hora de cumplimentar la encuesta, necesaria para el desarrollo de esta investigación.

Gracias a todos los nombrados y a los no nombrados también (*son todos los que están, pero no están todos los que son*), porque la lista sería interminable, pero les estoy igualmente agradecida por estar "ahí".



Índice

Resumen	7
---------------	---

Abstract	9
----------------	---

Introducción

I. Objeto de la investigación y motivación	21
I.1. Planteamientos iniciales e hipótesis	29
I.2. Estructura de la Investigación	32
II. Características de las fuentes de información utilizadas	34
III. Estructura y rendimiento académico de la investigación	36
IV. Resumen de los Capítulos	37

<u>Apéndice 1: Start-ups: The University as promoter, main lines of research</u>	45
---	----

Capítulo 1. Marco Conceptual

1.1. Introducción	57
1.2. Definición de emprendedor	58
1.3. Perfil del Emprendedor	64
1.4. Educación en Emprendimiento	71
1.5. Factores que influyen en el emprendimiento	76

<u>Apéndice 2: Economía para Bachilleres</u>	83
--	----

Capítulo 2. Revisión de la literatura económica sobre emprendimiento

2.1. Introducción.....	93
2.2. Los orígenes de la teoría del empresario y de las industrias nacientes.....	96
2.3. El argumento de la industria naciente en John Stuart Mill.....	99



2.4.	Alfred Marshall: industrias nacientes y el largo plazo.....	101
2.5.	Hoy en día.....	103
2.5.1.	El papel de las incubadoras de empresas: la creación de Empleo.....	107
2.5.2.	Implicaciones políticas.....	111
<u>Apéndice 3: The Debate concerning political aids to “Infant” Companies.....</u>		115

Capítulo 3. Diseño de la Investigación y Metodología

3.1.	Planificación de la investigación	133
3.1.1	Método científico y su aplicación a la investigación	134
3.1.2	Desarrollo de la investigación primaria mediante encuesta	139
3.1.3	Proceso de corroboración de hipótesis	149
3.1.4	Análisis factorial en componentes principales	151
3.2.	Modelización de los factores que caracterizan a los futuros emprendedores	159
3.2.1	Justificación de la selección de los futuros emprendedores....	160
3.2.2	Elaboración del cuestionario y el porqué de las preguntas	161
3.2.3	Características de las variables utilizadas	164
3.2.4	Panel de expertos	166
3.2.5	Dinámicas de grupo y entrevistas en profundidad	168
3.2.6	Cuestionario definitivo	173



Capítulo 4. Resultados y Análisis

4.1.	Herramientas estadísticas.....	179
4.2.	Análisis descriptivo univariante.....	180
4.3.	Análisis bivariante. Tablas de contingencia.....	185
4.3.1.	Estadística Descriptiva Final Relevante.....	187
4.4.	Análisis multivariante factorial.....	198
4.4.1.	Obtención de las Componentes que configuran las características de los emprendedores.....	199
4.4.2.	Justificación e interpretación del número de factores retenidos	205
<u>Apéndice 4:</u>	<i>Business Schools: Generators of Skills for Entrepreneurs</i>	209

Capítulo 5. Conclusiones, y futuras líneas de investigación

5.1.	Conclusiones.....	235
5.2.	Líneas de desarrollo futuro de la investigación.....	239
<u>Apéndice 5:</u>	<i>From the analysis and research of a Business Case to the Business Consultancy</i>	245

Bibliografía.....	251
-------------------	-----

Anexos.....	263
-------------	-----





Resumen

Formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y escuelas de negocios

Desde el prisma de las Universidades y Escuelas de Negocios, ha existido históricamente una búsqueda continua de satisfacer y proporcionar las habilidades necesarias a nuestros futuros emprendedores y gestores para el buen hacer de su actividad, a partir de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación en estos centros. En definitiva su papel y buen hacer se verá recompensado, por el buen resultado de los conocimientos adquiridos a lo largo de esta formación.

Nuestro interés y a la vez el objeto de este estudio, era identificar el perfil de los “potenciales emprendedores” que optaban por embarcarse en este tipo de formación. Esto es, nuestro planteamiento de partida era: *¿el emprendedor nace o se hace?* Fue el intento por dar respuesta a esta pregunta, lo que nos motivó a buscar esos rasgos comunes que pudieran identificar a esos potenciales emprendedores, tanto desde el punto de vista de aptitudes y actitudes o características que poseían en común todos aquellos que manifestaban su inquietud por “emprender”, como el identificar las herramientas o habilidades que, de forma también común, demandaban estos potenciales emprendedores cuando buscan formarse en habilidades empresariales.

Para estructurar la tesis y buscar el origen de nuestro objeto de estudio, nos hemos valido y tomado como referencia, los argumentos de los grandes economistas del pasado como Smith, Mill, Say, Marshall, etc. Analizaremos la tradición de ayuda a las empresas nacientes a través de las principales líneas de pensamiento económico. Llevaremos a cabo una revisión de la literatura en relación con este tema. Tenemos la intención de demostrar que los principales autores de la escuela clásica de pensamiento económico tuvieron intuiciones viables sobre esta cuestión.

En esta búsqueda de respuesta, hemos planteado el uso de una metodología a partir de una encuestada realizada a los actuales estudiantes de Programas



Máster, para intentar conocer tanto su impulso emprendedor, como cuáles son las herramientas que ellos considerarían necesarias obtener en esta formación Máster para poder llegar a emprender. Todos los datos obtenidos de estas encuestas, han sido tratados con los métodos estadísticos más actuales, con el fin de poder obtener la mayor información y resultados posibles. Igualmente el fin último del estudio es que a partir de los resultados obtenidos, a futuro, se pueda llegar a realizar una propuesta de contenidos académicos, teóricos y/o prácticos, que se consideren necesarios añadir a estos programas, para adecuar más su contenido a la formación requerida por los futuros emprendedores.

En conclusión, intentaremos justificar, tras el análisis de nuestro estudio empírico, que el “emprendedor nace”, es decir, el posible y futuro emprendedor tiene una predisposición a ello, ya sea por tradición familiar o por la aparición de iniciativa innata propia y, por tanto, las escuelas de negocios con su formación en emprendimiento lo que hacen es definir y perfilar las habilidades y herramientas que este potencial emprendedor necesita, para poder poner en marcha sus ideas de negocio con mayor garantía, o lo que es lo mismo, con una garantía técnica sólida. Por tanto, consideramos la formación en habilidades y herramientas de gestión, básicas para poder afrontar con éxito la creación de una empresa, unida a esa cualidad innata que el emprendedor tiene.

Comprobaremos que el ámbito en el que se concentra el mayor espíritu emprendedor dentro de las escuelas de Postgrado, es el que se encuentra entre aquellas personas que eligen una formación en Master Business Administration (MBA). Este hecho tiene su cierta lógica, ya que dichos programas de formación tienen una orientación de gestión y dirección de empresa, que los Máster específicos no cubren de manera amplia. Lo cual corrobora, que el potencial emprendedor busca una formación que le dé una visión y entendimiento de todas las áreas de la empresa, para poder facilitarle la elaboración de su Plan de Negocio, y poder desarrollar con mayores garantías la diferentes áreas de su negocio. Buscan enmarcar sus ideas o proyectos, dentro de un esquema que tenga una base de conocimiento sólido.



Abstract

Training for entrepreneurship in economic studies and business schools

Universities and business schools have always sought the way to satisfy and provide the necessary skills to our future entrepreneurs and managers so they can fulfil their activity properly using the knowledge acquired throughout this training. Ultimately, the result of the knowledge's acquired throughout this training will reward them.

Our interest and purpose of this research was to identify the profile of the potential entrepreneurs that chose to engage with this kind of training. Our basic approach was: Are entrepreneurs made or born? As an attempt to answer this question we sought those common features that could identify those potential entrepreneurs. On one side we had the common skills, attitudes or characteristics that all of those who wanted to undertake projects had and on the other side, we identified the tools or skills that this entrepreneurs claimed during the entrepreneurial training.

To give structure to the thesis and to answer the question of our research, we have taken as reference the arguments of important economists of the past as Smith, Mill, Say, Marshall... We will analyse the aid provided to start-ups through the main lines of economic thought. We will revise all the literature related to this matter. We intend to demonstrate that the main perpetrators of the classical economics had viable intuitions about this issue.

The search for an answer has lead us to put forward a methodology after conducting a survey to Degree programme's students to get to know their spirit of enterprising, and which skills they find necessary to obtain in this master to be able to undertake a project. We have used modern statistical methods to obtain as much information and results as possible. The objective of this research is to make a proposal in the future with academic theoretical and practical contents that may be considered important for these programs to adapt to what future entrepreneurs require.



In conclusion, after analysing our empirical research, we will try to justify that entrepreneurs are born. The future entrepreneurs have a predisposition either because of family tradition or due to own initiative. Therefore, business schools define and outline the skills and tools that this potential entrepreneurs needs to put in practice their business ideas most reliably. We consider training in management tools and skills fundamental to successfully start-up a company, as well as the innate quality that all entrepreneurs possess

We will verify that the biggest entrepreneurial spirit in graduate schools is found in those that choose a Master Business Administration (MBA). There is certain logic to it because those learning programs are focused on company management and other specific masters don't cover all this areas. This confirms that the potential entrepreneur seeks a training that provides them a vision and understanding. This supports that the future entrepreneurial seek a training that provides them with a vision and understanding of all the areas of the company to allow him to develop his business plan and develop under the best conditions all the different areas of the company. They want to frame their ideas or projects in a schedule that has a solid base of knowledge.



INTRODUCCIÓN





La tesis doctoral que a continuación presentamos tiene como objeto de investigación, analizar el papel que desempeñan los centros de formación superior, universidades y en particular las escuelas de negocios, desde sus diferentes Programas de Máster y Postgrado, a la hora de responder a la demanda de los potenciales emprendedores que buscan en estos programas, obtener las herramientas y adquirir y desarrollar las habilidades necesarias, para llegar a convertirse en emprendedores de éxito.

En este sentido, nuestro interés y a la vez el objeto de este estudio, era identificar el perfil de los “potenciales emprendedores” que optaban por embarcarse en este tipo de formación. Esto es, nuestro planteamiento de partida era: *¿el emprendedor nace o se hace?* Fue el intento por dar respuesta a esta pregunta, lo que nos motivó a buscar esos rasgos comunes que pudieran identificar a esos potenciales emprendedores, tanto desde el punto de vista de aptitudes y actitudes o características que poseían en común todos aquellos que manifestaban su inquietud por “emprender”, como el identificar las herramientas o habilidades que, de forma también común, demandaban estos potenciales emprendedores cuando buscan formarse en habilidades empresariales.

El debate sobre las aptitudes del emprendedor/empresario, en el que nos detendremos en el capítulo segundo, no es algo nuevo de nuestra época ni mucho menos, lo cual nos lleva a un análisis previo de las diferentes posiciones al respecto. Para buscar el origen de nuestro objeto de estudio, nos hemos valido y tomado como referencia, los argumentos de los grandes economistas del pasado como Smith, Mill, Say, Marshall, etc. Analizaremos la tradición de ayuda a las empresas nacientes a través de las principales líneas de pensamiento económico. Llevaremos a cabo una revisión de la literatura en relación con este tema.

En este sentido podemos encontrar en Adam Smith, en concreto en el Capítulo I del Libro I de su *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (“De las causas del progreso en la capacidad productiva del trabajo y



de la forma en que su producto se distribuye naturalmente entre las distintas clases del pueblo”), publicada en 1776, el siguiente comentario:

“En primer lugar, el aumento de la habilidad del trabajador, necesariamente amplía la capacidad de trabajo que puede realizar, y la división del trabajo, al reducir la actividad de cada hombre a una operación sencilla, y al hacer de esta operación el único empleo de su vida, inevitablemente aumenta en gran medida la destreza del trabajador”¹

Tal y como señala Adam Smith, “el aumento de la habilidad” es lo que en nuestro planteamiento señalamos como “adquisición de habilidades y destrezas”, las cuales a nuestro juicio se adquieren, o por lo menos desempeñan un papel destacado en ellas, en las escuelas de negocios, a través de sus Programas formativos de Postgrado.

Siguiendo con lo expuesto en su obra, en el Capítulo II de este mismo Libro I, vemos que más adelante señala:

“La diferencia de talentos naturales entre las personas es en realidad mucho menor de lo que creemos; y las muy diversas habilidades que distinguen a los hombres de diferentes profesiones, una vez que alcanzan la madurez, con mucha frecuencia, no son la causa sino el efecto de la división del trabajo. La diferencia entre dos personas totalmente distintas, como por ejemplo un filósofo y un vulgar mozo de cuerda, parece surgir no tanto de la naturaleza como del hábito, la costumbre y la educación. Cuando vinieron al mundo, y durante los primeros seis u ocho años de vida, es probable que se parecieran bastante, y ni sus padres ni sus compañeros de juegos fuesen capaces de detectar ninguna diferencia notable”²

¹ Smith (1994:37-38)

² Smith (1994:47)



En este planteamiento expuesto por Smith, es donde tiene su origen nuestro análisis y a la vez nuestra hipótesis central del estudio: *¿el emprendedor tiene un “don” o “predisposición” innata al emprendimiento y el riesgo? o ¿cualquiera puede ser emprendedor y asumir riesgos, llevando a cabo la adquisición de habilidades y la formación necesaria para gestionar una empresa?, o lo que sería lo mismo, ¿las escuelas de negocios pueden generar “espíritu emprendedor”? o por el contrario ¿aquellos que acuden a las escuelas de negocios buscando formarse en habilidades y destrezas empresariales ya poseen ese “espíritu emprendedor”?*

No es que el objetivo de nuestro estudio sea contradecir a Adam Smith, sino más bien, el intentar arrojar un poco de luz a una alternativa de especialización en el trabajo que cada vez está tomando una mayor notoriedad en nuestro entorno y adicionalmente, ver la influencia que la formación específica dentro del ámbito empresarial, puede tener en el desarrollo de este espíritu emprendedor.

El papel creciente que ha ido tomando tanto dentro del ámbito político, como empresarial el fomento del emprendimiento, motivó nuestro interés por ver en qué medida los centros de formación superior y en concreto las escuelas de negocios daban respuesta a esta demanda creciente de formación específica en habilidades emprendedoras. A la hora de iniciar nuestra investigación, nos planteamos como veremos en las páginas siguientes, una cuestión de partida, a nuestro juicio fundamental, que es identificar qué entendemos realmente por “*emprendedor*”. Cuestión que a nuestro juicio muchas veces se da por obvia y se recurre siempre a su traducción literal de su original denominación francesa y adoptada por la lengua inglesa, “*entrepreneur*”, traducida en ambas lenguas como “empresario”.

Por ello, inicialmente nos planteamos la pregunta: ¿Cuándo hablamos de emprendedor, hablamos de empresario? ¿Tiene el emprendedor alguna cualidad diferenciadora respecto a la tradicional definición de empresario?

En un intento por dar respuesta a este planteamiento de partida, recurriremos a los antecedentes que encontramos a este respecto en nuestra literatura de pensamiento económico, donde realizaremos una revisión de la literatura económica sobre emprendimiento, en un intento de búsqueda del origen de la



teoría de las industrias nacientes, lo cual nos llevará a tomar como punto central de nuestro análisis a los autores de la Escuela Clásica, iniciando nuestro recorrido en Richard Cantillon (1680-1734), cuyas ideas influyeron en gran medida en los Fisiócratas franceses y que fue redescubierto por el marginalista británico William Stanley Jevons a finales del siglo XIX. En definitiva veremos que la idea de la “industria naciente” no difiere en gran medida, salvando las diferencias propias de la época histórica, con la idea de “emprender”.

Este análisis histórico, desde el punto de vista del pensamiento económico, nos ha permitido ir identificando los rasgos diferenciadores que a juicio de los diferentes autores y economistas estudiosos de la Teoría del empresario, poseen el actualmente llamado “emprendedor” y tradicional o históricamente llamado “empresario”.

Por tanto, con esta tesis pretendemos identificar las características comunes entre los emprendedores y a partir de ahí poder definir las herramientas o habilidades que demandan dichos futuros emprendedores dentro de su formación (Máster o Postgrado), para de esa forma poder definir y desarrollar propuestas de mejora en las diferentes temáticas que se abordan, a lo largo dichas formaciones. Intentaremos justificar, tras el análisis de nuestro estudio empírico, que el “emprendedor nace”, es decir, el posible y futuro emprendedor tiene una predisposición a ello, ya sea por tradición familiar o por la aparición de iniciativa innata propia y, por tanto, las escuelas de negocios con su formación en emprendimiento lo que hacen es definir y perfilar las habilidades y herramientas que este potencial emprendedor necesita, para poder poner en marcha sus ideas de negocio con mayor garantía, o lo que es lo mismo, con una garantía técnica sólida.

Comprobaremos que el ámbito en el que se concentra el mayor espíritu emprendedor dentro de las escuelas de Postgrado, es entre aquellas personas que eligen una formación en Master Business Administration (MBA). Este hecho tiene su cierta lógica, ya que dichos programas de formación tienen una orientación de gestión y dirección de empresa, que los Máster específicos no cubren de manera amplia. Lo cual corrobora que el potencial emprendedor busca una formación que le dé una visión y entendimiento de todas las áreas de la



empresa, para poder facilitarle la elaboración de su Plan de Negocio, y poder desarrollar con mayores garantías las diferentes áreas de su negocio. Buscan enmarcar sus ideas o proyectos, dentro de un esquema que tenga una base de conocimiento sólido.

Veremos como posible línea de investigación futura, que una vez analizado el perfil de los emprendedores y su participación dentro de los diferentes Programas de MBA y Máster especializados, y definidas sus inquietudes y búsqueda de conocimiento, ver cuál es el contenido en materia de iniciativa empresarial que cada programa de formación tiene, con lo cual podremos comparar el posible grado de cumplimiento de dichas expectativas del emprendedor, con la formación que va a recibir de dicho programa. En este sentido, para poder arrojar algo de luz sobre los resultados de este aprendizaje, podríamos recurrir a analizar los resultados de las encuestas de satisfacción que se realiza a los alumnos de estos Programas de Postgrado cuando los finalizan, en las cuales se les pregunta sobre los resultados obtenidos, en función de sus expectativas, con la realización del programa.

Evidentemente en cualquier trabajo de investigación, resulta imposible abarcar por completo y en profundidad toda esta materia, por lo que, como se expone en las siguientes páginas hemos acotado el estudio a una muestra representativa, tanto cuantitativa como cualitativamente, centrada en una escuela de negocios privada que abarca diferentes Programas Máster especializados y también MBA, y adicionalmente hemos seleccionado dos Programas Máster ligados a emprendimiento, correspondientes a dos universidades públicas.

La escuela de negocios en la que se centra el estudio es ESIC Business&MarketingSchool. La razón de dicha elección tiene motivos personales y a su vez puramente metodológicos. El motivo personal y a su vez pragmático de la elección de dicha Escuela de Negocios, es el hecho de que la doctoranda lleva desempeñando actividad docente y profesional en dicha Institución desde hace 24 años, lo cual le facilita el conocimiento del sector y la realización del estudio de campo, desde la propia realización de las encuestas a alumnos hasta



la facilidad para disponer de forma más rápida y sencilla, de información sobre la propia institución y sus programas formativos y perfil de sus alumnos.

Partiendo de este hecho, la principal justificación a la idoneidad de esta Escuela de negocios, como una de las principales y más representativas dentro de nuestro objeto de estudio, es el hecho de que en ESIC se imparten Programas de formación de Postgrado y de formación In Company (para empresas) desde el año 1965, lo cual valida su experiencia en el sector ámbito de nuestro estudio. Adicionalmente, en ESIC se imparten Máster específicos, tanto privados como Máster Universitarios, impartidos con la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) en Madrid y con la Universidad Miguel Hernández (UMH) en Valencia, así como Programas MBA, por lo que abarca un amplio espectro de formaciones orientadas a la empresa, tanto específicas como generalistas, por lo que la muestra se ha considerado muy representativa. Igualmente ESIC presenta una ventaja comparativa importante frente a otras escuelas de negocios, que es el hecho de que la formación se imparte en diferentes ciudades, dado que tiene sedes en prácticamente todas las Comunidades Autónomas (la mayoría son sedes propias y cuenta también con imparticiones en ciudades, por medio de *partners*), lo cual nos permitirá también diferenciar el análisis en función de los perfiles geográficos.

En definitiva, ESIC cuenta con una amplia experiencia dentro del ámbito de la formación, tanto a nivel de Grado como de Postgrado, siendo sus áreas de conocimiento principales: Marketing y Negocios, y siendo en la actualidad la primera escuela de negocios española especializada en Marketing. Desde su origen igualmente, ha contado con un centro específico de Executive Education, que se ha especializado en la formación específica para Empresas e Instituciones Públicas, lo cual le ha permitido estar siempre en contacto con el mundo empresarial y en concreto conocer de primera mano, las necesidades formativas de estas empresas y conocer igualmente, los perfiles requeridos a los nuevos trabajadores por parte de las empresas. Este hecho, ha sido y sigue siendo determinante a la hora de definir los programas formativos por parte de ESIC, donde el objetivo principal es que estos programas y, por tanto, los alumnos que se formen en ellos, puedan adquirir las habilidades y aptitudes que las empresas demandan en cada momento. Este hecho, a nuestro juicio, es un



valor añadido que se encuentra en esta escuela de negocios de forma diferenciadora y que a la hora de la verdad, se ha convertido en su filosofía de trabajo.

El último paso dado por ESIC hasta la fecha, en el intento por ir haciendo economías a escala entre todas sus áreas de desarrollo, ha sido la creación de su propia Incubadora de Empresas (creada en el año 2014), lo cual ha supuesto un añadido más en su apuesta por el emprendimiento. Se puede decir que en este caso el cambio no ha sido radical, ya que ESIC desde sus orígenes ha apostado por un portfolio de programas de formación orientados a la iniciativa empresarial, como hemos señalado antes, pero sí supone una apuesta a la creación de un centro de impulso e innovación empresarial propio, entre sus estudiantes. En definitiva, es dar una visibilidad más formal a algo que es el propio espíritu y desarrollo de ESIC, como institución.

Teniendo en cuenta la gran significación y representatividad que tiene ESIC, desde nuestro punto de vista, como muestra para nuestro estudio, debemos ser conscientes y señalamos, que los resultados obtenidos de este estudio no se pueden inferir a un ámbito universal y tiene por objeto ser de ayuda a la mejora de la orientación profesional de los programas, que vayan a ser elaborados por cualquier centro de formación de este tipo. Sin embargo, mostramos una metodología aplicable a cualquier otro centro o escuelas de negocios, interesados en la formación en iniciativa empresarial, ya sean centros de formación privados o públicos, ya que el objeto y utilidad de los resultados obtenidos, se basa en que las habilidades que se adquirieran a través de la formación, sean acordes con lo que las empresas demandan y en definitiva sea un aporte a la mejora del crecimiento económico del país, ya que la calidad de nuestros empresarios y su capacidad para innovar y ser cada vez más flexibles, es determinante a la hora de mejorar nuestra competitividad como empresas y como país.

Este estudio despertó en nosotros un interés adicional debido a los cambios que está implicando la adaptación de nuestro sistema educativo de enseñanza superior, al Espacio Europeo de Educación Superior bajo el marco del Proceso de Bolonia. En este proceso de adaptación y en un intento como hemos

señalado, de que el sistema educativo español atienda a las necesidades que demanda la sociedad, nos parece de especial interés aportar algo de luz a esta nueva demanda y en este sentido las Universidades Privadas y más en concreto las Escuelas de Negocios, tradicionalmente han llevado la iniciativa de esta formación en nuestro país, razón por la cual el análisis se ha centrado en una escuela de negocios como ESIC, lo cual nos parece significativo. Por ello creemos, que en este sentido las Escuelas de Negocios deben ser el referente para las Universidades Públicas y Privadas a la hora de elaborar sus programas formativos de Economía y Empresa, con el fin de que se adecúen a este nuevo entorno económico y empresarial, cumpliendo los criterios de la nueva normativa educativa europea.

En esta búsqueda de respuesta a las necesidades de la empresa y por ende de la economía, hemos planteado el uso de una metodología basada en la encuestación de los actuales estudiantes de Programas Máster (programas del curso académico 2012/13), para intentar conocer tanto su impulso emprendedor, como cuáles son las herramientas que ellos considerarían necesarias obtener en estas formación Máster, para poder llegar a emprender. Igualmente el fin último del estudio, como ya hemos señalado, sería a partir de los resultados obtenidos, poder llegar a realizar una propuesta de contenidos académicos, teóricos y/o prácticos, que se consideren necesarios añadir a estos programas, para adecuar más su contenido a la formación requerida por los futuros emprendedores/empresarios. Esta idea, formaría parte de una línea futura de investigación, como señalaremos en el último capítulo de esta tesis.

Un objetivo posterior de este estudio, también a futuro, sería realizar la encuesta cada 3 años, e ir comparando los resultados obtenidos de las mismas en referencia al espíritu emprendedor de los estudiantes, con los resultados obtenidos en las encuestas que los centros formativos realizan a sus egresados, donde se obtiene información sobre su empleabilidad. De este análisis se llegaría a poder establecer una correlación entre las expectativas de emprendimiento y la materialización de las mismas. El motivo de realizar dicha encuesta cada tres años, es que este es el periodo que los proyectos de emprendimiento pueden mantenerse dentro de una incubadora o vivero de empresas, y por ello se



considera el periodo mínimo de la posible viabilidad y futuro éxito del proyecto emprendedor.

I. Objeto de la investigación y motivación

Desde el prisma de las Universidades y Escuelas de Negocios, ha existido históricamente una búsqueda continua de satisfacer y proporcionar las habilidades necesarias a nuestros futuros emprendedores y gestores para el buen hacer de su actividad, a partir de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación en estos centros. De hecho, el Informe GEM España (GEM, 2012/13/14) que se elabora anualmente, se hace eco de que la educación y la formación empresarial y más en concreto la formación de los postgraduados, es una característica cada vez más corriente entre los nuevos emprendedores. En definitiva su papel y buen hacer del emprendedor se verá recompensado, por el buen resultado de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación. Dentro de este ámbito, en nuestro análisis nos hemos centrado de forma específica en los Programas Máster desarrollados especialmente en Escuelas de Negocios, por la mayor tradición que estos programas han tenido dentro de la formación más específica dirigida al desarrollo de habilidades de gestión y liderazgo dentro del sector empresarial, frente a los Programas de Postgrado de las Universidades Públicas.

Teniendo por tanto como objetivo ver la correlación entre la formación adquirida dentro de estos Programas Máster y las variables determinantes del espíritu emprendedor, se planteó un proyecto de investigación en el Centro Universitario y Escuela de Negocios ESIC, Business&MarketingSchool, cuya finalidad era identificar los factores o cualidades de éxito de los emprendedores y como desde la formación de los Programas Máster, se puede contribuir a favorecer estas habilidades emprendedoras.

Para el planteamiento de este estudio, se llevaron a cabo reuniones con expertos de diferentes ámbitos: docentes del área de emprendimiento, especialistas en



psicología empresarial, emprendedores, gestores de incubadoras de empresas y estadísticos, y cuya finalidad era llegar a acotar nuestro ámbito de estudio y, en particular, llegar a definir cuáles deberían ser nuestras propuestas de estudio y nuestro público objetivo a la hora de definir nuestro estudio. De estas reuniones, se concluye la creación de dos líneas de investigación complementarias, de las cuales una de ellas es el cuerpo central de esta tesis. De dichas líneas de investigación, surgieron diferentes ponencias y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales, que se fueron presentando a medida que fue avanzando la investigación. Dichos artículos los incorporamos a modo de apéndice de los diferentes apartados, correspondientes al tema tratado en cada caso.

Se planteó en un principio llevar a cabo un análisis, a partir de la elaboración de una encuesta, desde dos puntos de vista y dirigidas a dos perfiles y públicos distintos, que podrían desarrollarse al mismo tiempo y que podrían ser complementarias, a la hora de llegar a conclusiones sobre los objetivos de nuestra investigación. En esta doble vía de análisis, se establecía una colaboración con un grupo de investigadores del ámbito estadístico, especializados en el uso de las Redes Neuronales Artificiales, que llevaría a cabo el estudio y análisis de las variables que influyen en la iniciativa emprendedora, y cuyas conclusiones utilizaríamos para contrastar con los resultados obtenidos en nuestro estudio.

Señalaremos a continuación las características de este método de estudio, que de forma complementaria y a medio plazo, puede generar información adicional a nuestro estudio.

A. Análisis de las variables que influyen en la iniciativa emprendedora mediante un modelo predictivo de Redes Artificiales Neuronales.

Las *Redes Neuronales Artificiales* se han convertido en un importante herramienta de modelización y análisis de datos con aplicaciones en muy diversos campos que van desde la medicina a la ingeniería y la economía. Su utilización en la economía abarca desde la modelización de mercado de divisas



hasta la predicción del valor de diferentes productos en el mercado y el estudio de la solvencia empresarial. En este proyecto el objetivo es utilizar un tipo de red neuronal, concretamente el perceptrón multicapa para estudiar este último caso, a partir de una serie de ratios empresariales³.

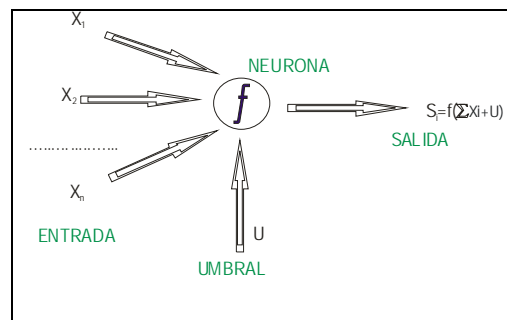
Las redes neuronales artificiales son unos modelos matemáticos que en los últimos treinta años han experimentado un gran avance gracias al desarrollo de los ordenadores, pero su formulación es anterior a la existencia de dichos ordenadores. En 1943 McCulloch y Pitts desarrollaron el primer modelo de neurona con una respuesta binaria, pero no es hasta finales de la década de los cincuenta, en que Rosenblatt desarrolla el perceptrón y Widroff y Hoff el ADALINE, cuando empiezan a tener su auge. Las podemos entender como un intento de imitar el funcionamiento de un cerebro biológico. Estas estructuras introducidas en un ordenador le confieren la capacidad de aprender a partir de una serie de ejemplos.

Igual que un cerebro biológico se componen de una serie de nodos o neuronas, interconectados entre sí. Son las interconexiones entre ellas y sus umbrales de activación los encargados de almacenar el conocimiento (Priore, De la Fuente, Pino y Puente, 2002).

Las redes neuronales se pueden definir como un conjunto de procesadores en paralelo, capaces de almacenar la información extraída de una serie de patrones conocidos para luego aplicarla de forma satisfactoria a datos desconocidos. Cada neurona de la red recibe una serie de variables de entrada (X_i) y produce una salida (S_i). (ver Figura 1)

Las distintas neuronas que constituyen la red se organizan en una serie de capas. La capa de entrada recibe las variables iniciales, el número de neuronas de la capa de entrada coincide con la dimensión del vector de entrada. La capa interna es la encargada de realizar las operaciones matemáticas encaminadas a extraer el conocimiento del conjunto de entrada. Finalmente la capa de salida proporciona la respuesta de la red, su número de neuronas es igual a la dimensión del vector salida.

³ García; Soret; López; Izquierdo y Llamazares (2013)

Figura 1: esquema General de una Neurona Artificial

No existe una regla para definir a priori cuántas neuronas debe tener la capa interna, si ésta debe estar formada por una o varias subcapas, tan sólo una serie de recomendaciones, como que su estructura debe ser piramidal (Vanstone y Finnie, 2009) o el número máximo de neuronas que debe tener la totalidad de la red en función del número de datos de ejemplo disponibles (Sha, 2007). Generalmente la forma de obtenerlas es mediante prueba y error (Lin y Tseng, 2000), teniendo en cuenta que una estructura con pocas neuronas puede no ser capaz de extraer el conocimiento de los datos de ejemplo y por tanto no ser capaz de generalizar a datos desconocidos, y que el añadir excesivas neuronas a la red no mejora sustancialmente sus resultados y si incide negativamente en el proceso de aprendizaje (Cheng, 1995).

Las redes neuronales artificiales son una herramienta muy útil para modelizar procesos en los que no es tan importante conocer cómo se relacionan las variables implicadas entre sí, o cuál de ellas predomina sobre las demás, como el obtener una solución dentro de unos márgenes de error aceptables (Pérez, 2003).

Aplicación de las redes neuronales a la solvencia empresarial.

En el campo financiero se han aplicado principalmente al estudio de la solvencia financiera de empresas y su posible entrada en bancarrota (Lacher; Coats; Fant y Sharma, 1995) (Jo; Han y Lee, 1997) (Yang y Platt, 1999) (Sanchez, 2003) (Atiya, 2001) (Hsiao y Whang, 2009).



La aplicación al estudio de la solvencia financiera de empresas se basa principalmente en la utilización de los ratios de Altman (Lacher; Coats; Fant y Sharma, 1995) (Atiya, 2001):

- *Working Capital/Total Assets*. Entendiendo por Fondo de Maniobra o *working capital* como la diferencia entre el Activo Circulante (*current assets*) y el Pasivo Circulante (*current liabilities*). Este ratio es estadísticamente significativo tanto en el análisis clásico de análisis simple como multivariante.
- *Retained Earnings/Total Assets*. La retención de beneficios (*retain profits*) es generalmente mayor para las empresas más antiguas y posicionadas que para las recientemente incorporadas. La razón de la utilización de este ratio es que las posibilidades de una bancarrota son mayores durante los primeros años de vida de una empresa.
- *Earnings Before Interest and Taxes/Total Assets*. Este ratio es especialmente importante a la hora de valorar distintas empresas sometidas a regímenes fiscales diferentes. Es importante en la predicción de bancarrotas desde el punto de vista de que la supervivencia de una empresa en el mercado depende directamente del potencial productivo de sus activos.
- *Market Capitalization/Total Debts*. Este ratio valora la capacidad competitiva de la empresa en el Mercado, muestra cuánto pueden descender los activos de la empresa antes de que sus deudas superen sus activos, llegando a una insolvencia financiera.
- *Sales/Total Assets*. Este ratio mide la utilización de los activos por parte de la empresa.

Predicción de éxito empresarial. Caso particular de las empresas de nueva creación.

Resulta particularmente interesante conocer cuál es el grado de supervivencia que puede tener una nueva empresa. La obtención de un modelo que intente explicar el éxito o fracaso empresarial a partir de variables cuantitativas y cualitativas es una tarea a la que se dedican numerosos investigadores y a la que se dedican también grandes esfuerzos. Algunos modelos considerados por estos últimos están basados en variables cuantitativas como los ratios de Altman y variables cualitativas del tipo: formación del gerente, calidades del producto, políticas de formación, política de innovación, política de precios o políticas de control de calidad. En la aplicación de redes neuronales se partirá, en nuestro caso, de datos financieros y de otros datos cuantitativos referentes a las distintas políticas gerenciales de la empresa.

En este estudio de Redes Neuronales la encuesta realizada iba dirigida a personas que “ya han emprendido”, esto es, iniciativas de emprendimiento que ya habían iniciado su andadura. La muestra se obtiene a partir de todas aquellas “start-ups” creadas dentro de los viveros de empresas, que se encuentran dentro de la red de Madrid Emprende. Estos viveros de empresa, se caracterizan por su relación directa y en muchos casos su propio origen, ligado a alguna universidad de Madrid. El papel que en este caso desempeña la universidad, es dar el soporte técnico, asesoramiento legal, financiero, etc. a los incipientes emprendedores. De esta forma se produce un importante ahorro de costes asociados al arranque de cualquier iniciativa empresarial. Los Viveros de Empresa además de facilitarles y asesorarles a la hora de conseguir una financiación inicial necesaria para emprender, les apoyarán de forma continua en este asesoramiento ligado a los centros universitarios⁴.

Podríamos concluir por tanto a modo introductorio de este estudio, el papel de las incubadoras fomentando el espíritu emprendedor y el papel que desempeña la universidad, participando en la creación de estas incubadoras y la generación

⁴ De Pablos y Blanco (2013:23). Los autores señalan como error número 10 del emprendimiento “no acudir a un vivero o centro de asesoramiento empresarial”.

de transferencias de conocimiento desde los docentes universitarios hacia los emprendedores que ya están en las incubadoras asesorándoles y ayudándoles al establecimiento de sus nuevas empresas.

En esta parte del estudio y a partir de la encuesta realizada a 106 emprendedores ubicados en los diferentes Viveros de Empresa de Madrid, los resultados que se obtengan sobre la supervivencia de estas empresas nacientes, suponen un periodo de espera de al menos dos años, a partir del lanzamiento y recopilación de los datos de la encuesta enviada.

La encuesta a estos emprendedores se inicia en 2012 y el objetivo era recopilar y tratar los datos obtenidos en primera instancia y en 2015 llevar a cabo el análisis de los resultados. La información obtenida nos permitiría añadir un factor de contratación y relación entre las características y habilidades de los incipientes emprendedores actuales y las características y habilidades de los estudiantes de la escuela de negocios, con iniciativa emprendedora.

Esta vía de análisis se abandonó debido al bajo grado de respuesta recibido por parte de la muestra, a la encuesta lanzada. Por tanto, al no obtener resultados de este estudio, no hemos podido alimentar con los mismos, la línea principal de investigación, que es el cuerpo central de esta tesis. La propuesta de la metodología utilizada por este grupo de investigación, no ha perdido su validez, y ha sido expuesta y bien considerada en diferentes comunicaciones en congresos así como en un capítulo de un libro (García; Soret; López y Llamazares, 2013), en los cuales se recoge la metodología y el planteamiento del modelo utilizado en dicha investigación, y que de una forma muy concisa, hemos intentado plasmar en este epígrafe.

Las dos líneas de investigación comenzaron una andadura paralela, hasta el abandono de esta línea por lo anteriormente comentado. Por ello exponemos las líneas maestras de la metodología propuesta en esta línea de investigación en cuanto a la elaboración de la encuesta y los criterios utilizados, que aportaron gran información cualitativa al análisis y elaboración de nuestra tesis.



B. Factores Determinantes del espíritu emprendedor: habilidades y herramientas desarrolladas en los Programas de Postgrado

La encuesta elaborada para este estudio va dirigida a potenciales emprendedores que se encuentran, en el momento de la recopilación de los datos, desarrollando un Programa de Postgrado dentro de los programas seleccionados para la muestra.

A lo largo de esta tesis, como hemos comentado anteriormente, nos centraremos en el desarrollo de esta parte del estudio, exponiendo la metodología utilizada para su desarrollo y los resultados obtenidos y conclusiones.

Por tanto el cuerpo central de nuestro análisis estadístico, será la elaboración de la encuesta y el análisis de los datos obtenidos de la misma.

El objetivo de esta doble encuesta planteada inicialmente a emprendedores (redes neuronales) y a potenciales emprendedores, era por un lado ver la evolución de las empresas que ya están en un vivero de empresa, y por tanto que ya han asumido la iniciativa de emprender y, por otro, a partir de comparar ambas encuestas, ver la similitud entre los emprendedores ya en marcha y las características comunes con los potenciales emprendedores, actuales estudiantes de formaciones de Postgrado. Es decir, ver la disposición a emprender y comparar el perfil de ellos con los que ya han llevado a cabo un emprendimiento.

De la comparativa anterior podríamos obtener una información relevante como: relación entre la formación recibida en el Máster y el grado de emprendimiento de estos alumnos, comparado con las características comunes de los ya emprendedores. Esta investigación la plantearemos como una línea futura de investigación, a retomar en un futuro cercano, replanteando la metodología de encuesta a los emprendedores, buscando un mayor grado de respuesta de la misma.

I.1. Planteamientos iniciales e hipótesis

Una vez delimitado el objeto de nuestra investigación y definida la finalidad de nuestro estudio, que es identificar las características comunes entre los emprendedores y a partir de ahí poder definir las herramientas o habilidades que demandan dichos futuros emprendedores dentro de su formación (Máster o Postgrado), para de esa forma poder definir y desarrollar propuestas de mejora en las diferentes temáticas que se abordan a lo largo dichas formaciones. Planteamos a continuación ciertas cuestiones de partida en base a ciertas evidencias observadas a lo largo de la investigación

La búsqueda de ese perfil del espíritu emprendedor y sus aptitudes, nos lleva a las siguientes preguntas:

1.- ***¿En qué tipo de programa se concentran los participantes con mayor espíritu emprendedor?*** Parece a priori más lógico que sea en los Programas MBA, debido a su contenido generalista en el análisis de la empresa, siendo un programa orientado a la dirección y gestión empresarial. Comparado con los otros Programas de Máster especializados, los MBA tienen una mayor carga y exigencia formativa empresarial.

2.- ***¿Presentan mayor espíritu empresarial aquellas personas con tradición familiar empresarial?*** Parece más lógico que la respuesta sea “SI” ya que como hemos señalado desde un principio, nuestra investigación pretende señalar que el emprendedor “nace”, esto es, lleva innato el espíritu.

3.- ***¿Qué sectores son más atractivos para el futuro emprendedor?*** Dada la época que vivimos y el papel de las tecnologías en todos los ámbitos de nuestra vida, parece adecuado pensar, que todo lo relacionado con el ámbito tecnológico sea el mayormente preferido, o por lo menos la tecnología será una pieza clave del éxito emprendedor. Igualmente veremos si a la hora de emprender, se prefiere hacerlo dentro de sectores ya conocidos, donde se haya desarrollado la actividad profesional



anterior, es decir, ver si se elige emprender “sobre seguro”, en ámbitos ya conocidos y donde los contactos ya adquiridos dentro del sector pueden ser un factor determinante de éxito, o por lo menos ver que este hecho sea valorado por el posible emprendedor como un factor importante.

4.- ¿Es diferente el perfil del posible emprendedor por edades y sexo? Intentar ver si existen diferencias por sexo y edad a la hora de asumir los riesgos que implica el emprendimiento o la búsqueda de nuevas áreas de negocio. A priori, cabría pensar en una mayor predisposición al emprendimiento dentro de los hombres, por una cuestión de género más agravada en nuestro país, donde todavía nos queda mucho que avanzar y cambiar en nuestra sociedad en este sentido. Por edades, parecería más lógico que en torno a los 30 años fuera la edad predominante entre los emprendedores, donde en cierta medida ya han podido haber desarrollado una cierta actividad empresarial y a la vez, en torno a esta edad las cargas familiares (hijos) que podrían frenar ese espíritu de riesgo, normalmente son un porcentaje bajo.

5.- ¿La situación de desempleo fomenta el emprendimiento? En este sentido y como señalaremos en el capítulo siguiente, la situación de desempleo y las pocas expectativas de encontrar un puesto laboral acorde en muchos casos a la formación adquirida, aboca a muchos desempleados hacia el “autoempleo”, lo cual a nuestro juicio en muchos casos puede ser perjudicial, ya que es un emprendimiento obligado y no querido. Cabría pensar que en muchos de los casos si existiera la alternativa de un empleo por cuenta ajena, consideraríamos que se elegiría este último.

6.- ¿Podemos establecer un perfil de espíritu emprendedor distinto dentro de España? En este sentido, a priori no nos parece determinante la ubicación geográfica, como una variable determinante de esta mayor o menor predisposición al emprendimiento.

7.- ¿Qué herramientas o habilidades busca el futuro emprendedor en los programas de formación de Postgrado? Creemos que las expectativas de los futuros emprendedores a la hora de optar a un



programa de formación de Postgrado, se centran en llegar a conocer la estructura de las diferentes áreas de una empresa y conseguir desarrollar las habilidades de gestión, tanto de personas como de recursos.

En la búsqueda de dar respuesta a estas y otras preguntas, se centra nuestro estudio. El objetivo último que buscaremos por tanto, corroborando o no este perfil del potencial emprendedor al responder estas y otras cuestiones, nos permitiría definir unos programas de formación más adecuados al objetivo que este persigue. Así comparando las habilidades que busca el futuro emprendedor, con las necesidades de nuestra estructura empresarial, intentar poder adecuar y aproximar ambas realidades.

Una vez revisadas las cuestiones expuestas en base a la experiencia de esta investigación, como ya se ha mencionado, a las evidencias observadas y comentadas con otros profesionales homólogos, y a partir de todo lo expuesto anteriormente y de las reuniones con expertos, tanto en dinámicas de grupo como en entrevistas en profundidad, se llegó a establecer una serie de hipótesis básicas que, además, están fundamentadas en el propósito de nuestro trabajo de investigación.

Fruto de esta revisión, ordenaremos todas las cuestiones iniciales planteadas y otras que surgieron de las citadas reuniones, en quince hipótesis básicas que serán las que originen las preguntas a responder mediante encuesta con cuestionario. Estas, podrán agruparse en otros conceptos que constituirán otras hipótesis teóricas, que serán definidas con posterioridad en la investigación.

Anticipamos que nos hemos basado en el método científico hipotético deductivo para establecer las mencionadas hipótesis básicas, de las que se derivarán otras hipótesis teóricas a definir a posteriori, de la siguiente manera:

HB1: conocimientos adquiridos en la formación de grado y Postgrado

HB2: formación en habilidades directivas

HB3: iniciativa personal para afrontar proyectos

HB4: habilidad de gestión de equipos



- HB5: destreza en gestión de conflictos
- HB6: capacidad de autocrítica y de asumir fracasos
- HB7: capacidad de valoración de éxito/fracaso
- HB8: capacidad de detectar oportunidades
- HB9: ambiente familiar emprendedor
- HB10: formación continua
- HB 11: la suma de conocimientos más habilidades
- HB 12: perseverancia para el logro de objetivos
- HB 13: capacidad de planificación por objetivos
- HB 14: capacidad de generar empatía
- HB 15: capacidad de administración de recursos

I.2. Estructura de la Investigación

El centro de nuestra investigación, se desarrolla en torno a la realización de la encuesta a los alumnos participantes en los programas de formación de Postgrado, cuyo interés es adquirir habilidades y herramientas que faciliten y mejoren su desarrollo dentro del mercado laboral. A partir de dicha encuesta pretendemos, como hemos señalado anteriormente, llegar a identificar esos rasgos comunes que nos permita identificar a esos potenciales futuros emprendedores e identificar igualmente entre ellos, los rasgos comunes y las herramientas y habilidades que estos demandan, para potenciar su espíritu emprendedor y llegar a intentar poner en marcha iniciativas empresariales de éxito.

Con el fin de intentar obtener la mayor información y mayor rendimiento posible en este estudio, la estructura seguida para la realización del mismo la podemos sintetizar en los siguientes apartados o pasos, que a la vez configuran el índice de esta tesis:



1.- Definir el *Marco Conceptual* de nuestro análisis y estudio. Al analizar cualquier tema referente a emprendedores, la primera cuestión importante, a nuestro juicio, es definir qué entendemos por “emprendedor”. Como hemos señalado al inicio, desde nuestro punto de vista, cuando hablamos de “emprendedor”, hablamos de “empresario”. Por ello, nos parece relevante empezar el estudio estableciendo una definición de “emprendedor” y analizando las diferentes teorías acerca del emprendimiento y del papel que desempeña en el mismo, las incubadoras o viveros de empresas.

2.- Revisar la *Literatura y Pensamiento Económico sobre Emprendimiento*. Llevaremos a cabo una revisión del tratamiento del tema de empresario-emprendedor, dentro de la literatura del pensamiento económico, desde los escritos de Richard Cantillon hasta las visiones más actuales del tema, donde su análisis y exposición lleva consigo una mayor implicación política. A lo largo de esta revisión, analizaremos la tradición en la ayuda a las empresas nacientes a través de las principales líneas de pensamiento económico.

3.- *Diseño de la Investigación y Metodología* utilizada en el estudio. Una vez visto en los dos apartados anteriores, los antecedentes y posiciones teóricas respecto al emprendimiento, pasamos al desarrollo de la investigación empírica, con el análisis de la metodología estadística utilizada y el desarrollo del cuestionario empleado y el análisis de la recopilación de los datos y el tratamiento de los mismos.

4.- Obtención de los *Resultados y Análisis* de los datos. Tratamiento estadístico de todos los datos obtenidos y análisis de los resultados obtenidos, mediante las herramientas y métodos estadísticos utilizados. Buscaremos, con los resultados obtenidos, la respuesta a las hipótesis planteadas en nuestro estudio.



5.- Expondremos finalmente las *Conclusiones* de nuestro estudio y las *Futuras Líneas de Investigación*. Analizaremos finalmente y a partir de las hipótesis planteadas, las conclusiones alcanzadas tras el análisis estadístico.

En definitiva, con este estudio pretendemos hacer una pequeña aportación a las diferentes instituciones de formación en economía y emprendimiento, sobre las inquietudes de aquellos que buscan en estos centros, mejorar sus habilidades y destrezas en formación empresarial y cuál es el perfil de los mismos, lo cual puede ayudar a identificar ese público objetivo y sus inquietudes.

II. Características de las fuentes de información utilizadas

Tal y como ya hemos señalado, la escuela de negocios en la que se centra el estudio es ESIC Business&MarketingSchool. La muestra se centra en los Programas Máster de ESIC Business&MarketingSchool, lo cual se debe en primer lugar al importante peso que tiene dicha escuela dentro del mercado educativo español, donde su formación orientada a la Creación de Empresas es muy relevante y adicionalmente, presenta ESIC la ventaja de tener diferentes sedes a lo largo del territorio español, lo cual nos ha permitido plantear en el estudio de los datos, el poder obtener conclusiones o diferenciaciones entre las diferentes zonas geográficas, a la hora de definir una variables comunes entre los futuros emprendedores, e incluso, categorizar, en cierta media, el espíritu emprendedor a partir de las características sociales de las diferentes zonas.

Igualmente, ESIC aporta la ventaja de disponer tanto de Programas MBA, tanto en formatos junior como executive, como de Programas especializados, tal y como señalaremos más adelante en este mismo apartado.



Adicionalmente, hemos incluido en la muestra a encuestar, los participantes de dos Programas Máster específicos en emprendimiento, e impartidos en dos universidades públicas madrileñas: Facultad de Comercio y Turismo (Universidad Complutense de Madrid) y Facultad de CC Sociales y Jurídicas (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid).

Detallamos a continuación los Programas Máster de la muestra utilizada, tanto el tipo de Programa Máster como las ubicaciones geográficas, donde ESIC tiene sede y se imparte el programa. No en todas las sedes que tiene ESIC a lo largo del territorio nacional se imparten todos los programas. Las sedes de formación en el área de Postgrado de ESIC tanto propias, como con *partners* son:

Sedes Propias de ESIC: Madrid, Barcelona, Navarra, Zaragoza, Valencia, Sevilla y Málaga.

Sedes con socios locales, *partners*: Bilbao (con la Cámara de Comercio) y Granada (con la Escuela de Gerencia).

La encuesta se ha pasado a los alumnos de todos los Programas de Postgrado que tiene ESIC en todas sus sedes, en los diferentes Programas: Executive MBA (EMBA); MBA Full Time; Máster en Dirección Financiera (MDF); Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO); Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo (DRHO); Programa Superior en Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria (MPC) y Programa Superior de Dirección de Ventas (PSDV).

Adicionalmente, debido a la idoneidad de los programas y a la posibilidad de acceder a los estudiantes de los mismos, se ha encuestado también a los alumnos de dos Programas Máster de dos universidades públicas de Madrid: MBA Entrepreneurship (Universidad Complutense, Madrid) y Máster en Relaciones Internacionales (Universidad Rey Juan Carlos, Madrid).

La recopilación de la información, se realiza directamente en las ubicaciones de los diferentes programas, pasando la encuesta en papel y tramitando



estadísticamente toda la información. De esta forma nos aseguramos un grado de respuesta mayor al que hubiéramos obtenido, si hubiéramos realizado bajo una plataforma online dicha encuesta. Así hemos obtenido una muestra representativa sobre el total del universo a analizar.

III. Estructura y rendimiento académico de la investigación

Como ya hemos señalado anteriormente, nuestro objeto de estudio no siendo nada original a priori el planteamiento de partida, la aportación principal es elaborar una metodología de análisis de la orientación emprendedora/empresarial de este tipo de estudios, relacionándolo con el perfil de los participantes en Programas de Postgrado, en referencia a sus inquietudes emprendedoras y relacionándolo también, con las habilidades o destrezas que buscan desarrollar o mejorar al elegir esta formación.

Con nuestra investigación y como línea futura de investigación, nos gustaría poder llegar a recomendar propuestas de mejora a la hora de elaborar o diseñar los contenidos de los Programas Máster y MBA, incidiendo en aquellas herramientas y habilidades que potencien este espíritu empresarial innato y que permitirían aproximar en mayor medida las expectativas esperadas por los participantes y los resultados obtenidos tras la formación elegida.

En este sentido, nos resulta particularmente interesante, ver el grado de cumplimiento de las expectativas del participante en el programa de Postgrado, respecto a la formación adquirida una vez finalizado el programa. Para ello contrastaríamos a título adicional, los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción que los mismos alumnos encuestados por nosotros, cumplimentan a la finalización del programa y que nos permitiría ver los resultados obtenidos.

En definitiva, nuestra investigación pretende aportar información adicional que permita mejorar y adecuar los contenidos de los programas formativos en



emprendimiento a la demanda que existe por parte, tanto de los futuros emprendedores, como de las propias empresas que buscan trabajadores en sus diferentes áreas de negocio, que tengan iniciativa y en definitiva que “emprendan” dentro de su propia actividad, aunque su relación laboral sea por cuenta ajena. La formación de estos estudios debe dar respuesta a las necesidades y requerimientos de una economía muy cambiante y en la que el trabajador, al igual que la empresa, debe ser cada vez más flexible e innovador, para poder diferenciarse y ser más competitivo. Y es en este punto donde creemos que nuestro estudio, puede aportar valor para crear los programas formativos adecuados, que den respuesta a esta demanda.

IV. Resumen de los Capítulos

Una vez expuestos en los puntos anteriores del presente capítulo introductorio, la naturaleza de nuestro objeto de estudio y las razones de su elección, así como los antecedentes teóricos y empíricos del tema, pasamos a resumir a continuación los siguientes capítulos, que configuran la estructura de esta tesis.

El Capítulo 1 lleva por Título “Marco Conceptual” y pretende establecer una definición de emprendimiento, partir de las diferentes definiciones del mismo, expuestas por diferentes autores y estudiosos del tema. Por ello en este capítulo intentamos, de forma resumida, arrojar luz sobre dicho concepto y llegar a concretar que cuando hablamos de “emprendedor”, hablamos de lo que tradicionalmente llamamos “empresario”. Debemos considerar el concepto de emprendedor y empresario como almas gemelas, esto es, como aquel que asume un riesgo e innova y acomete una nueva empresa.

Pero este concepto igualmente tiene una consideración más amplia ya que a nuestro juicio cuando hablamos de la “*persona emprendedora*”, ésta definición no sólo la debemos suscribir al concepto de persona que crea una nueva empresa, sino de forma más amplia, se puede emprender desde dentro de la empresa, desde el puesto de trabajo, desde la condición incluso de asalariado. Con ello queremos plantear, que el emprendedor en muchos casos está dentro



de las propias empresas y lo que hay que desarrollar es ese espíritu innato en estas personas, esto es, aquellos que toman iniciativas y asumen riesgo dentro de sus propias actividades laborales y están dispuestos a desarrollar sus habilidades y así, hacer crecer su propio valor y el del departamento y empresa para la cual colaboran.

A partir de este análisis inicial, concretaremos una serie de rasgos comunes presentes en “nuestros emprendedores”, donde señalaremos la existencia de atributos innatos y otros que pueden ser adquiridos. En este sentido, analizaremos la importancia que tiene en nuestro país la educación y formación, a nuestro juicio, a la hora de adquirir las habilidades necesarias para este emprendedor. Analizaremos por tanto en este capítulo como la legislación, como es el caso de la Ley de apoyo a los emprendedores (Ley 14/2013 de 27 de septiembre) y la propia educación en emprendimiento en todos los niveles educativos, han sido y seguirán siendo factores que influyen en el emprendimiento, junto con otra serie de motivos, señalados por varios autores, que incentivan el emprendimiento, tales como:

- Un entorno favorable
- El aprendizaje positivo en el trabajo
- El empuje y ayuda recibida desde la propia empresa
- “Antes de que todo se hunda”
- Experiencias negativas en el trabajo
- “la única Salida del túnel”

De todos los motivos que acabamos de exponer, la mayoría tienen en común que la situación ya sea dentro de la empresa en la que el individuo desarrolla su actividad laboral por cuenta ajena, o el entorno económico desfavorable, las personas en muchos casos se ven “obligadas” a elegir el emprendimiento como la única vía que ven posible como medio de sustento.

En el caso concreto de España podemos señalar que no es un país fácil para emprender, ya que existe mucha burocracia a la hora de crear una empresa, la cual se ha intentado reducir con las nuevas leyes promulgadas al respecto. Igualmente analizaremos el problema de la financiación de estos proyectos emprendedores dentro de un entorno español, caracterizado por entidades poco



habituadas a apostar por una idea o persona y donde las alternativas a esta financiación bancaria, como los denominados *business angels* o el *crowdfunding*, están poco desarrollados en nuestro país.

El Capítulo 2 lleva por título “Revisión de la literatura económica sobre emprendimiento”. En él analizaremos la tradición de ayuda a las empresas nacientes a través de las principales líneas de pensamiento económico, para lo cual llevamos a cabo una revisión de la literatura en relación a este tema.

Para escribir este análisis histórico, tratamos de enmarcar la teoría económica relacionada con las ayudas estatales y las empresas de nueva creación, donde nuestra ambición no es ampliarla al comercio internacional, y por ello nos ceñiremos a la microeconomía. A pesar de que nuestro análisis se realizará bajo el punto de vista de la microeconomía, hay que hacer referencia a los comienzos de la teoría de la protección. Estos orígenes tienen lugar en el comercio internacional, por lo que tomamos este análisis como una referencia, pero no como el centro de nuestra investigación.

Tomaremos como punto de partida en nuestra revisión, lo expuesto por Richard Cantillon, en referencia al papel que desempeña el empresario dentro del sistema económico, para continuar con Jean Baptiste Say, quien recoge las ideas de Richard Cantillon, y su teoría del comercio internacional, y conectar esta teoría con John Stuart Mill en su teoría de las industrias infantiles. Otro autor que consideramos apropiado tener en cuenta en nuestro estudio es Alfred Marshall y su teoría de la industria naciente.

Es relevante señalar que desde la publicación de los *Principios de Economía* de Marshall (Marshall, 1963), el análisis microeconómico comenzó a ser considerado relevante en la economía como una ciencia, y el estudio de la microeconomía como disciplina fue separado de otras ramas del análisis económico. Esa es la conexión entre el comercio internacional y la protección de las industrias nacientes, la lucha por la reducción de impuestos y otros instrumentos desarrollados para impedir el libre comercio de bienes entre los países.



En el caso de las incubadoras universitarias, necesitaremos un argumento adicional para apoyar la conveniencia de ponerlas a la práctica y el uso del dinero necesario. Este argumento es conocido como la teoría del “capital humano” y la difusión del conocimiento. El autor que modela esta idea es Robert Lucas en 1988, siguiendo las teorías de Gary Becker. A raíz del pensamiento desarrollado por Robert Lucas en los años ochenta del siglo pasado, podemos conectar la teoría del “capital humano” con el fin de mantener que las incubadoras universitarias pueden ser una excelente manera de probar el buen “capital humano”, y al mismo tiempo, expulsar a los empresarios emprendedores que no serán capaces de competir en el mundo real.

Hoy en día, los principales estudios sobre el papel de las incubadoras de empresas y su efecto sobre la creación de empleo, se están llevando a cabo en los EE.UU., y allí es donde ponemos nuestra atención, en estudios como los de la NBIA (National Business Incubation Association). David Monkman (Presidente y CEO de NBIA) escribió un interesante artículo en el año 2010 titulado: “Business Incubators and their Role in Job Creation” (Monkman, 2010) y en este trabajo tratamos de resumir las ideas más importantes del mismo para nuestro estudio. En nuestro trabajo, tomamos el punto de vista de David Monkman y tratamos de aplicarlo al caso de España, intentando explicar las ideas principales de su estudio.

Por tanto, a nuestro juicio, el papel que la Administración debe desempeñar en este ámbito es el dar incentivos, pero sobre todo, el favorecer el Marco Institucional que ampare el desarrollo de las iniciativas emprendedoras, donde la creación de centros de emprendimiento para dar servicios y formación a los mismos, así como el flujo de financiación desde la Administración, han sido algunas de las medidas adoptadas para crear este ambiente o impulso al emprendimiento desde el sector público. En definitiva, el marco institucional es muy importante pero haciendo que se cumplan las reglas, que sean pocas, que funcione la justicia, disminuyendo los costes de transacción y que asegure un entorno que favorezca la iniciativa emprendedora.



El Capítulo 3 lleva por título “Diseño de la investigación y metodología”. En él acometemos el análisis empírico de nuestra investigación, basado en el uso de herramientas estadísticas a partir de la realización de una encuesta.

En este capítulo, por tanto, se presentan consideraciones acerca de:

- Método científico
- Desarrollo de la investigación mediante encuesta
- Proceso de corroboración de hipótesis
- Aplicación de los puntos anteriores a la investigación

Se desea establecer un paralelismo entre nuestro proceso de investigación y el método científico. Por esta razón, se presenta inicialmente una breve descripción del mismo, de forma completa. Esta forma de proceder nos ayudará a establecer las hipótesis de nuestro trabajo de forma ordenada, así como a planificar la propia investigación y la metodología de análisis que utilizaremos, de los resultados que se obtengan mediante la consideración de ciertas herramientas estadísticas que a continuación de van a describir.

También se destacan ciertas consideraciones de las etapas en el desarrollo de una investigación mediante encuesta, de los tipos de encuesta según su forma de administración, de la importancia del tamaño del cuestionario y el interés que el tema presenta al entrevistado y atendiendo a la teoría de diseño muestral suficientemente contrastado y utilizada para fijar el tamaño adecuado, según un error admisible o probabilístico y un nivel de confianza determinado.

Se presentará a lo largo del capítulo un proceso de corroboración de hipótesis de elaboración propia detallando las herramientas estadísticas a utilizar, como son los elementos de estadística univariante y bivalente y la técnica de Análisis Factorial mediante el análisis en Componentes Principales.

A partir de todo lo expuesto, se procederá a la modelización de los factores que pueden caracterizar a los futuros emprendedores, previa selección de los mismos, justificando las preguntas que constituirán el cuestionario para la encuesta, así como las variables seleccionadas y el tipo de escala elegida para ellas.



El Capítulo 4 lleva por título “Resultados y Análisis”. En el mismo se presentan los resultados obtenidos del tratamiento estadístico desarrollado a partir de los datos obtenidos en las encuestas. Se han llevado a cabo diferentes análisis estadísticos, para intentar obtener la mayor información posible de los datos recopilados.

Las herramientas estadísticas de análisis de datos utilizadas han sido:

- Análisis Descriptivo Univariante, en el que se analiza cada variable por separado. A través de este método, es posible realizar diversos gráficos que facilitan la observación y el análisis de todos los datos obtenidos. Los más frecuentes son los Histogramas de Frecuencias y los Diagramas de Caja. Los diagramas de caja permiten ver de forma simultánea los principales estadísticos que son: media aritmética, mediana, percentil 25 y percentil 75 además de presentar unos extremos que se denominan “bigotes”.
- Análisis Bivariante, a partir del cual se obtienen los cruces de variables o tablas de contingencia obtenidos y que presentan un resultado relevante.
- Análisis Multivariante Factorial que responde a la necesidad de sintetizar información, permitiendo una mejor comprensión del estudio, pudiendo llegar en primer lugar a determinar los factores que configuran las diferencias de los emprendedores en el ámbito de estudio, alcanzando una caracterización más completa, utilizando las respuestas obtenidas de la encuesta.

Los resultados y tablas más significativas obtenidas de las diferentes herramientas estadísticas utilizadas, han sido incorporadas a lo largo del capítulo, y el grueso de las tablas desarrolladas se han incorporado en los respectivos anexos del trabajo.



En el último Capítulo 5 de “Conclusiones y futuras líneas de investigación” se presentan las conclusiones de nuestro trabajo y sugerencias para investigaciones futuras.

Finalmente añadimos la Bibliografía utilizada en nuestra investigación seguida de los Anexos, que comprenden:

- Anexo 1. Cuestionario Emprendedores. Alumnos Postgrado 2012/13
- Anexo 2. Histogramas y Diagramas de Caja
- Anexo 3. Primeros resultados: Tablas de Contingencia
- Anexo 4. Tablas de Contingencia Definitivas

A lo largo del periodo que ha durado esta investigación se han presentado por parte de la autora los diferentes avances de la misma en varios congresos internacionales, de cuyas ponencias, gran parte de ellas, han dado lugar a publicaciones en diferentes revistas especializadas. Dichas ponencias y en su caso artículos, aparecen recogidos en los apéndices de los capítulos correspondientes a la materia en cuestión presentada en los congresos. Con ello se completa la configuración de los diferentes capítulos que constituyen la estructura de esta tesis.





Apéndice 1

Start-ups: The University as promoter, main lines of research⁵

⁵ Freire y Rosado (2012). En el Congreso de International Academy of Business and Economics (IABE) celebrado en Venecia en 2012, organizado por Ca' Foscari University of Venice (Italia) entre el 8 y 10 de junio, presentamos esta ponencia en la que se recogen las principales líneas y estructura de nuestra investigación objeto de la tesis. Dicho artículo fue seleccionado para la publicación en la revista: *European Journal of Business Research* (EJBR), y publicado bajo el mismo título (Freire y Rosado, 2012).



TITLE: START-UPS: THE UNIVERSITY AS PROMOTER, MAIN LINES OF RESEARCH**Authors:**

Ana Rosado Cubero. UCM. Spain,
M^a Teresa Freire Rubio. ESIC. Spain.

ABSTRACT

From the origins of the industrial revolution there has been a controversy about the role of the state helping or protecting companies, mainly at the beginning of their activities, the so-called infant industries question. This paper discusses this controversy from the point of view of the History Economic Thought. The origins of infant industry protection will be found in the Classical School. Smith, Ricardo and Mill all wrote about the convenience of helping newly set-up firms. One of the reasons for protecting an infant industry is to stimulate the learning effects that will improve productive efficiency. Furthermore, these learning effects might spill over into the rest of the economy as managers and workers open new businesses or move to other industries in the economy. To the extent that there are positive spill over or externalities in production, although firms are unlikely to take account of these in their original decisions. Thus, if left alone firms might produce too little of these types of goods and economic development would proceed less rapidly, if at all.

The economic reasons for these arguments are for instance, employment, more development, less poverty, GDP increase and rise of competitive position in the international trade

On the other hand, more liberal schools of thought oppose any kind of state assistance; according to them protection of new companies tends to uncompetitive markets, and prices above the equilibrium. Long term survival therefore cannot be guaranteed for those companies which appear into these special conditions. In other words, if favourable conditions end the majority of these companies will disappear.

The aim of this paper is to confirm that political regulation and state aids work in favour of the emergence of new firms, long term survive for these firms cannot however be guaranteed.

JEL. B-21, M-13

Keyword: Infant industry, Start-ups, History of Economics Thought, Incubator



1.- INTRODUCTION

This paper is the beginning of a more ambitious research project about the convenience of the states help start-ups companies. First at all, we conducted a survey about the literature relating to this topic. We intended to demonstrate that the main authors of the classical school of economic thought had workable intuitions on this issue. Ever since Adam Smith, the rational belief exists that freedom in the international trade makes nations richer, following the idea that every individual, company or nation should seek the cheapest source of supply. The second argument came from Smith, but especially from John McCulloch, trade has been considered the consequence of the overproduction, and this would be the origin of the wealth of nations. When a company produces more than it sells, due to the extension of the labour division, this firm has to look for new clients and so it has to widen the domestic market.

The point is whether the state should be helping companies to increase their production in order to rise markets (both, domestic and outside), and when this help should begin. This is the connexion between state and international trade, the starting point for our research, and this is the reason why trade has been a recurrent problem in economics theory.

In order to write this paper, we tried to put into a frame the economic theory related to state aids and start-ups companies; out of the international trade ambition, just in microeconomics. Despite our analysis will be made under the point of view of microeconomics, we must refer to the beginnings of the protection theory. These origins take place in the international trade and therefore we took this analysis as a reference but not as the core of our framework.

We will begin with Jean Baptiste Say and his international trade theory; secondly we will connect this theory with John Stuart Mill within his infant industries theory. Another author who could be appropriate for our frame is Alfred Marshall and his nascent industries theory; Marshall links the international trade theory to the domestic competition theory, which allows us to support that while companies are just born, they will need some help, scarce and transitory. Despite the fact that the natural competence among firms within the same industry should tend to attract new competitors, these circumstances reduce the product selling price for incumbents in the industry.

It should be relevant to smoke out that since The Marshall's Principles, microeconomic analysis began to be considered relevant in economics as a science; and the study of microeconomics as a discipline was separated from other economic fields. That is the connection between the international trade protection and infant industries; the fight to reduce taxes and others instruments developed to impede the free trade of goods among countries, is the cornerstone of liberalism school of thought, but even some extremely liberalist authors accepted some kind of protection for infant industries. We can use the same argument to support that, even in a domestic competition frame into a country, protection for nascent companies deserves to be exceptionally considered.

In the case of university incubators we will need an extra argument to support the convenience of putting into practice and using public expenses. This argument is the theory of "human capital" and the diffusion of knowledge. The author who modelled this idea is Robert Lucas in 1988, following the theory of Gary Becker.

2.- THE ORIGINS OF THE INFANT INDUSTRIES' THEORY

Following a chronological order, we will begin our paper with the proposals made by J. B. Say at the beginning of the nineteenth century within his book entitled *Traité d'économie politique* (1803). His first idea was to write about the effects of the administration rules whose objective was to influence the production system. J. B. Say in Chapter XVII, entitled "Des effets des règlements de l'administration qui ont pour objet d'influer sur la production" wrote that:

"L'objet des gouvernements, en cherchant à influer sur la production, est, ou de déterminer la production de certains produits qu'ils croient plus dignes d'être favorisés que d'autres, ou bien de prescrire des manières de produire qu'ils jugent préférables à d'autres manières" (Say, JB. [1802])

That quote made a reference to the positive influence of governments in the productive system. This idea is connected to our research due to the fact that in especial cases the intervention of state in private business, contrary to the traditional free trade, could be justified



because the starting point for some economic activities requires some help. J. S Mill took this idea to be used within his own theory, making a remarkable emphasis on cultural activities, education and R&D. J.B. Say built his theory assuming that societies change, and these changes have to be included in the state intervention on national economy, in his own words:

“La nature des besoins de la société détermine à chaque époque, et selon les circonstances, une demande plus ou moins vive de tels ou tels produit. Il en résulte que, dans ces genres de production, les services productifs sont un peu mieux payés que dans les autres branches de la production, c'est-à-dire que les profits qu'on y fait sur l'emploi de la terre, des capitaux et du travail, y sont un peu meilleurs. Ces profits attirent de ce côté des producteurs, et c'est ainsi que la nature des produits se conforme toujours naturellement aux besoins de la société” (Say, JB. [1802])

Since the beginning of the economy as a science, the intervention of states in private activities can be accepted. This intervention must be clear, scarce and precisely justified. There exist multiple reasons to support this idea, but for our paper we are using just two: to help infant companies for a short time (one year) and the diffusion of knowledge from the university to the civil society.

2.1.- THE INFANT INDUSTRY ARGUMENT OF JOHN STUART MILL

John Stuart Mill published in 1848 his *Principles of Political Economy*, in Book V, chapter I, titled “Of the functions of Government in General”, Mill wrote his doctrine of protection to native industry, following the root of Jean Baptiste Say:

“From the necessary functions of government, and the effects produced on the economical interests of society by their good or ill discharge, we proceed to the functions which belong to what I have termed, for want of a better designation, the optimal class; those which are sometimes assumed by governments and sometimes not, and which it is not unanimously admitted that they ought to exercise”. (Mill, J.S. [1848])

John Stuart Mill is not considered an advocate of state intervention in economy, especially in private business. Even so, he described some special circumstances that must be considered as exceptional, and this is the case that concerns this paper.

Theoretically, protection generates losses to the country due to the excess of price paid by inhabitants over the price of the good were it to be imported. However, he described that materials and instruments of production are susceptible to be protected exceptionally, because they are required by the economic system itself.

The argument to defend exceptional protecting cases is not exactly old; it defended that free trade generates foreign labour instead of domestic labour. J.S. Mill wrote that free trade means:

“That the alternative is not between employing our own people and foreigners, but employing one class and another of our own people” (Mill, J.S. [1848])

J.S. Mill also argued that:

“The only case in which, on mere principles of political economy, protecting duties can be defensible, is when they are imposed temporarily in hope of naturalizing a foreign industry, in itself perfectly suitable to the circumstances of the country [...] but only a present superiority of acquired skill and experience” (Mill, J.S. [1848])

Some pages later, Mill continued his line of argument paying special attention to the fact that the “infant industry” also has other advantages to afford. Being the main disadvantages only skills and experience; Mill broadens his argument to include natural advantages and points out that carriage costs are probably temporary and only deserve to be provisionally protected.

By way of conclusion we can say that protection to the national industry had already been considered by the Classical School. This is a good reason to bear in mind that there were some exceptions about the free trade within the birthplace of liberalism as line of economic thought.



2.2.- ALFRED MARSHALL: NASCENT INDUSTRIES AND THE LONG RUN

There is not adequate to write about exceptions in free trade, or free competition, without any Alfred Marshall's words about the subject. Marshall provides us the connexion between the British tradition of liberalism and the peculiar cases in which some kind of protection must be accepted. In his book, *Principles of Economics* (1890), he wrote about "*the industries that are yet in an early stage of development or are rapidly changing their form*" (Marshall, A. [1890]) and also about protection of nascent industries. Marshall wrote:

"But even there the policy is apt to be wrenched from its proper use, to the enrichment of particular interests: for those industries which can send the greatest number of votes to the poll, are those which are already on so large a scale, that a further increase would bring very few new economies. All of course the industries in a country so long familiar with machinery as England is, have generally passed the stage at which they can derive much real help from such protection: while protection to any one industry nearly always tends to narrow the markets, especially the foreign markets, for other industries" (Marshall, A. [1890])

Furthermore, Marshall offers the way to establish a parallelism among the international trade theory and microeconomics, because the same idea developed by Mill about skills and advantages could be redefined as "returns to scale". It doesn't matter the way in which competitors reach your market, domestic or outside, the competition due to the increasing supply leads to the fall of prices in the long run. The argument of Marshall was, using his own words:

"For so long as the normal demand remains unchanged an increased supply can be sold only at a diminished price: but the fall of price consequent on a given increase of supply will be much greater in some cases than in others" (Marshall, A. [1890])

Taking into account the argument cited above, we consider that some kind of protection for infant industries could be a good way to promote new companies. Despite that the natural competition path tends to reduce prices, or to kill the inefficient companies, in our opinion helping and protecting start-ups companies, just for one year, deserves to be considered for public policy and also using public resources as some universities are doing. Even in the case where the entrepreneurs of these nascent firms should be business students, university incubators look like a reasonable way to form businessmen. We don't presume that this argument is preach to the choir, we think that the argument must be tested and confirmed.

In this sense, our line of argument should be the next: the diffusion of knowledge among the society could begin in the universities and students should be given the opportunity of putting into practice the knowledge acquired within the classroom. In order to develop this idea, it seems quite convenient to take into account the theory of human capital developed by Robert Lucas.

2.3.- NOWADAYS

Following the root of thought developed by Robert Lucas in the eighties of the past century, we can connect the theory of "human capital" in order to maintain that university incubators could be an excellent way to test the good "human capital", and at the same time expelling the entrepreneurs who will not be able to compete in the real world.

Lucas' line of argument is the following:

"That human capital accumulation is a social activity, involving groups of people in a way that has no counterpart in the accumulation of physical capital" (Lucas, R. (1988))

Although is not our intention to revise Lucas' model, just a few notes in order to understand his argument. Lucas assumed that in a private sector, consisting of atomistic households and firms, and when each agent expected the average level of human capital, he defined a system that tends to equilibrium; for our purpose, "*the ratio of physical to human capital will converge to a value that is independent of initial conditions*". (Lucas, R. (1988)) Lucas reasoned the decision to accumulate human capital as equivalent to the decision to withdraw



effort from production to go to school. Keeping in mind that all human capital accumulation is learning-by-doing, the model was built as a non-physical capital accumulation model, which involves a sacrifice of current utility in order to collect future profits. In his own words:

“Given a learning technology, countries accumulate skills by doing what they are already good at doing, intensifying whatever comparative advantage they began with”. (Lucas, R. (1988))

Within our research and the source of protection of infant industry, Lucas said:

“Autarchy will not provide nurture for the infant industry, but will rather permanently cut off the country from consuming the high-learning good. Within the context of this model, then, there is no substance-free way to deduce useful guides for trade and development policies”. (Lucas, R. (1988))

For our purpose, the theory of human capital seems a worthwhile frame to confirm the convenience of business incubators at the universities. This theory accepts that humans learn new skills by developing them, and when these abilities are intellectual then the learning centres, universities in our case, must open new paths in order to teach them how to do it; even though this teaching method could be considered as protection for new companies in detriment of new firms that develop their activities out of incubators.

Finally, we should analyse the monetary cost of the implementation of this theory, the public money that would be spent and the possible earnings. In this case, within the theory of market failure (Nordeman, R. (2008)) , in force in the E.U. since 1958, it is acceptable, and even needed, some kind of competition policy, until firms grow up enough to survive in the “real world”. In this sense, we have to consider the possibility that “distorted competition” due to infant companies could be solved by way of a temporary incubator, and the reduction in starting costs lowers business risk and encourages new people to promote new companies.

Also in accordance with the theory of market failure, we can analyze the most relevant and positive externality (We realize that one the most important Universities’ externality is R&D and researcher incentives, both are spinoffs focus on the role of university policies), that is, the start-ups created by students. This is the main argument developed by Thomas Astebro and Navid Bazzazian, they affirm that teaching entrepreneurship is a good way to persuade students and drive them to create new companies, technically start-ups. And that is the approach that universities could lead this externality, creating and developing “intention models” in evaluating entrepreneurship education research (Nordeman, R. (2008)). For instance, Global incubator is a Spanish company that develops software able to give a first proxy for a successful company, just with a realistic business plan, the software shows the advantages and weakness of the unborn firm.

3.- THE ROLE OF THE BUSINESS INCUBATOR: JOBS CREATOR

Nowadays, the main studies on this subject are being conducted in the USA, and there is where we put our focus, in studies such as those of the NBIA (National Business Incubation Association). David Monkman (President & CEO of NBIA) wrote a very interesting paper: “Business Incubators and their Role in Job Creation” (Monkman, D. (2010)) and in this paper we try to summarize the most important ideas for our study.

In our paper, we take David Monkman’s point of view and apply it to the case of Spain, trying to explain the main ideas of his study.

One of the main ideas we agree with, is that business incubators play a vital role in job creation, economic recovery and economic development during this time of challenge and opportunity. We believe, like David Monkman, that it is critical to acknowledge the ability of business incubators to commercialize new technologies and help creating new jobs. Business incubation is a proven model for economic development and enterprise development and is widely practiced around the world.

We believe too that any stimulus or job creation legislation is necessary before taking operational funds for business incubation into account. Business incubation programs are uniquely positioned to allow entrepreneurs access to resources through the incubator, business community, local colleges and universities, and other business assistance programs to help them



develop the business skills they need to grow successful firms that can help turn around struggling economies

In addition to that, business incubation programs throughout the world play an important role in stimulating economic growth in local communities. Because these programs provide needed assistance to young firms at their earliest stages of development – when they're most vulnerable – business incubators increase their chances of success by providing them with a broad range of business assistance.

This business assistance represents the essence of business incubation. In fact, the quality of the business assistance services offered by incubator staff and outside service providers will directly impact the success of the incubator's clients. The range of services offered by incubation programs depends on the type of clients served. But basically, all services are aimed at strengthening the business knowledge of the clients' management team and sharpening its understanding of the company's market and financing needs.

NBIA (Monkman, D. (2010)) has identified three characteristics that distinguish a business incubator:

- 1) The program must have a mission to provide business assistance to early stage companies.
- 2) It must have staff that delivers and/or coordinates business assistance to client companies.
- 3) It must be designed to lead companies to self-sufficiency. Companies usually stay in an incubation program for two to three years, although biotech firms, which often have a longer research and development cycle, sometimes spend more time in an incubator. After that time, incubator clients graduate and move out of the incubator facility – in many cases into other local facilities that they lease, purchase or build. To operate successful programs, incubator staff must expel clients that don't achieve benchmarks or who fail to thrive or meet other graduation criteria.

If we take a look at the history of the business incubation, this kind of industry has experienced rapid growth over the last 30 years, but the first business incubator started more than 50 years ago in New York.

"In the case of the United States, by 1980, there were 12 to 15 incubators operating in the country – all of them in the industrial Northeast, Middle Atlantic or Midwest regions. Since then, the industry has grown to include more than 1,100 incubation programs in the United States alone and more than 7,000 worldwide" (Monkman, D. (2010)).

The individualization of US incubation programs means that there is wide variation in incubator types, funding methods and quality from one program to the next. In fact, the entrepreneurial nature of the US business incubation industry is marked by the many different types of incubators that have started here. From an economic point of view the most important effect of the business incubators is the job creation.

With the help of targeted business assistance services, entrepreneurs are better prepared to turn their innovations and business ideas into successful new ventures that have a greater-than-average chance of success.

Subsequently published by NBIA as Business Incubation Works, the report emanating from this research also revealed that business incubation programs create new jobs for a low subsidy cost and a substantial return on investment. The estimated public subsidy cost per job created was \$1,109.

Other important findings of the study – which enlisted incubator companies, graduates, managers, and stakeholders – show how effective business incubators are:

- Incubator companies experience very healthy growth. For example, the average annual growth in sales per firm was \$239,535.
- Most incubator graduates provide employee benefits.
- Incubation programs contribute to their client companies' success and expand community entrepreneurial resources.
- Business incubation programs improve local community image.

Although business incubation is still a relatively new industry, programs around the world have racked up impressive results that demonstrate the important role incubators play in stimulating economic growth and creating jobs. For example, NBIA estimates that in 2005 alone, North American incubators assisted more than 27,000 start-up companies that provided full-time employment for more than 100,000 workers and generated annual revenue of more than \$17 billion. NBIA also points to research showing that every dollar of public funds devoted to an incubator generates approximately \$30 in local tax revenue.



“In the case of Europe, NBIA estimates there are more than 1,800 business incubation programs today. The European Commission provides funding to nearly 160 business incubation programs, referred to as “Business Innovation Centres.” In 2008, the EC invested just over \$8,500 for each job created by a BIC. As referenced previously, the cost per job created by business incubators in the United States tends to be much lower. Based on statistics from incubation associations in the United Kingdom and Germany, there are more incubation programs per capita in these nations than there are in the United States”. (Monkman, D. (2010))

4.- POLICY IMPLICATIONS

The nation’s existing network of business incubation programs can assist entrepreneurs in growing new businesses that can help put many Americans back to work. But while business incubation programs have a proven track record of helping new businesses succeed, more can be done to ensure that these economic development tools are most effective. To that end, NBIA has developed a set of policy recommendations for you to consider as Congress continues to investigate ways to stimulate job creation in the United States.

Specific business incubation policy recommendations (Monkman, D. (2010)):

- Widen the scope of federal funding programs to support incubators. Currently, federal funding for incubation programs focuses almost exclusively on bricks and mortar – the facilities themselves. But successful incubators provide much more than shared space. It’s important to consider ways to also provide operational funding for incubators committed to developing innovative programming and following industry best practices, which will allow them to provide continued and expanded services to high-growth companies.
- Ensure that incubators follow best practices. It’s also necessary to consider ways to provide additional funding to help incubators create new jobs, but those funds should not come without restrictions and responsibility. NBIA research has consistently shown that incubation programs that adhere to the principles and best practices of successful business incubation generally outperform those that do not. To ensure that incubators are making the best use of the public funds they receive, it’s our opinion that incubation programs receiving federal funding should be required to implement industry best practices and serve as dynamic models of sustainable, efficient business operations – much like they expect their clients to do. Also, NBIA has found that encouraging networking and collaboration among incubators plays a role in their success, so we support building the capacity of state incubation associations and developing networks of business service providers that may be used by members within each state.
- Standardized outcome measures across the industry. To assess whether incubators that receive federal dollars are reaching their goals, it must be considered implementing ways to monitor return on investment by requiring programs that receive public support to collect the data about their program, clients and graduates on a regular basis. The amount of taxes paid by client firms and their employees, the number of jobs created by incubator clients and graduates, and other similar data points could be used as measures of the return on public investment created by incubation programs.

Complementary policy recommendations:

- Improve state, regional and national support for seed, angel and venture capital funding
- Consider spending and taxing policies that help foster innovation and reduce costs for new high-growth businesses
- Encourage recipients of federal research and contracting dollars to form collaborative agreements with business incubation programs that operate within their region
- Commit outreach funds to help first-time entrepreneurs prepare a competitive proposals for SBIR/STTR funding
- Ensure that appropriate services and space are available for incubator graduates and other second-stage companies in all communities where incubation programs operate



5.- CONCLUSIONS

To the purpose of this paper, we can argue that the first link between international trade-infant industries could be extended to incumbents-new enters within the same industry. In light of this argument, the state aids to incubators could be justified; in our opinion, this is just a first step, the next step would have to be connecting state aids with economic development. The main reason to support it will be funded in the fact that state aids, in the end, have been considered as waste of money. Our argument to defend public expenses to promote incubators should be based on the fact that university incubators generate synergies in two different ways; firstly because they increase hiring labour and that means economic development; secondly, it would be convenient to consider that incubators would be an excellent tool to teach new entrepreneurs. Offering the students all the necessary information about successful business plans, classified by activities, cities, countries, etc. seems to us an excellent idea.

6.- REFERENCES

- Adkins, D. "A Brief History of Business Incubation in the United States". NBIA Publications, Athens, Ohio, 2002
- Astebro, T. and Bazzazian N.. "Student Start-ups and local economic development" . Proceedings of DRUID Conference, London, 2010
- Boyd, K "Developing a Business Incubation Program: Insights and Advice for Communities". NBIA Publications, Athens, Ohio, 2006
- Cammarata, K "Self-Evaluation Workbook for Business incubators". NBIA Publications, Athens, Ohio, 2003
- Cuervo A., Ribero, D y Roig, S. Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. Bancaja, Valencia 2007
- Erlewine, Meredith and Ellen Gerl (editors). A Comprehensive Guide to Business Incubation, Completely Revised 2nd Edition. NBIA Publications, Athens, Ohio, 2004
- Erlewine, M. "Measuring Your Business Incubator's Economic Impact: A Toolkit". NBIA Publications, 2007, www.nbia.org/toolkit
- Knopp, L. "2006 State of the Business Incubation Industry". NBIA Publications, Athens, Ohio, 2007
- Lucas, R., "On the mechanics of economic development", Journal of Monetary Economics, 22: 3-42. 1988
- Marshall, A. [1890]. Principles of economics of industry. MacMillan and Co.London, 1948,
- Mill, J.S. [1848] Principles of Political Economy, Liberty Fund, Indianapolis, 2006
- Monkman, D. "Business Incubators and their role in Job creation". NBIA, Athens, Ohio, 2010
- Nordeman, R.. State Aid in the EU, economic and legal aspects, Bachelor Thesis. Lund University, 2008
- Say, J.B. [1803]. Traité d'Economie Politique, Calmann-Levy. France 1972,



|



Capítulo 1

MARCO CONCEPTUAL





1.1. Introducción

A la hora de acometer este estudio y enfrentarnos a nuestro análisis, creíamos de vital importancia iniciarlo planteándonos el concepto de emprendimiento y sus distintas definiciones y hasta incluso, los diferentes posicionamientos al respecto de esta idea. Por ello en este capítulo intentamos, de forma resumida, arrojar luz sobre dicho concepto y llegar, tal y como ya hemos señalado con anterioridad, a concretar que cuando hablamos de “emprendedor”, hablamos de lo que tradicionalmente llamamos “empresario”.

Debemos considerar el concepto de emprendedor y empresario como almas gemelas, esto es, como aquel que asume un riesgo e innova y acomete una nueva empresa. Pero este concepto igualmente, tiene una consideración más amplia ya que a nuestro juicio cuando hablamos de la “*persona emprendedora*” ésta definición no solo la debemos suscribir al concepto de persona que crea una nueva empresa, si no de forma más amplia, uno puede emprender desde dentro de la empresa, desde su puesto de trabajo, desde su condición incluso de asalariado. Con ello queremos plantear, que el emprendedor en muchos casos está dentro de las propias empresas y lo que hay que desarrollar es ese espíritu innato en estas personas, esto es, aquellos que toman iniciativas y asumen riesgo dentro de sus propias actividades laborales y están dispuestos a desarrollar sus habilidades y así, hacer crecer su propio valor y el del departamento y empresa para la cual colaboran.

Estas personas, con este espíritu innato es para nosotros nuestros potenciales emprendedores y es donde las escuelas de negocios y universidades deben liderar esta formación en emprendimiento, y generar así las habilidades que el emprendedor busca en la empresa. De esta forma, y en situaciones como la de la actual crisis económica que atravesamos, las personas nos debemos reinventar dentro del ámbito laboral y este espíritu emprendedor será necesario a todos los niveles y estratos del mercado de trabajo.



Este espíritu emprendedor ha estado siempre presente en las escuelas de negocios, en su propio ADN, ya que siempre han estado más cerca y en continua conexión con el mundo de la empresa.

1.2. Definición de emprendedor

Hace más de 150 años, en su descripción de la selección natural, Charles Darwin ([1859] (1988)) afirmó que “no es más fuerte de la especie el que sobrevive; ni el más inteligente. Es el más adaptable al cambio”. Estas palabras tienen más sentido que nunca, porque la crisis se ha cebado con el empleo y han desaparecido los modelos tradicionales de negocio, pero también han surgido nuevas necesidades en la sociedad que necesitan respuesta con ideas y proyectos emergentes.

A la hora de definir ¿Qué es ser emprendedor? nuestro planteamiento es que ante todo, lo que implica es una actitud ante la vida, en lo que coincidimos con gran parte de los autores actuales que estudian temas de emprendimiento. Por tanto, no depende de si la situación laboral del individuo es de un trabajo por cuenta propia o ajena, si no del hecho de “mostrar siempre una actitud positiva, activa, proactiva y de liderazgo” (Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra, 2013). Esta actitud de vida, o cualidad innata del individuo, junto al conocimiento, constituyen las dos características o necesidades básicas de un emprendedor. En definitiva, ser emprendedor es una forma de ver el mundo, descubriendo oportunidades y asumiendo riesgos.

Elegimos como definición de emprendedor la expuesta por los autores Gil Estallo, Giner de la Fuente y Martí Pidelaserra⁶, que huyendo un poco de las definiciones tradicionales más o menos académicas señalan:

“Un emprendedor es aquella persona que ante la vida muestra una actitud de liderazgo y de acción. Un emprendedor se pone en marcha y lidera su camino. Un emprendedor no deja que le

⁶ Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra (2013)



escriban el guión de su vida, se muestra como protagonista de la misma. Como verás, esto tiene poco que ver con los conocimientos. Lo cual no quiere decir que ciertos conocimientos no sean necesarios, en especial aquellos que tienen que ver con las habilidades propias para gestionar tu desarrollo personal y profesional”⁷.

Siguiendo con su caracterización del emprendedor señalan:

“Un emprendedor es aquel que tiene un sueño, una visión, algún talento innato (todos tenemos alguno). Y en torno a ese sueño, a ese talento innato, articula su proyecto de vida”⁸.

“Emprender es una actitud que induce continuamente a salir de tu zona de confort”⁹.

Una cuestión importante a resaltar, es el hecho de que no se debe emprender desde la desesperación, esto es, situaciones como la actual crisis ha llevado a muchas personas, debido a la mal situación del mercado laboral, a emprender actividades empresariales de forma un tanto “desesperada”, lo cual ha convertido a muchas de estas iniciativas en “fallidas”. El llevar a cabo estas iniciativas, en muchos casos sin la formación necesaria y lo que es más importante sin ese espíritu innato, ha llevado en muchas ocasiones a convertir el emprendimiento en una mera actividad para ganarse la vida “como sea”. En este sentido, diferenciamos dentro del emprendedor, que su primer objetivo no es ganarse la vida como fuere, si no el hacer realidad una idea o sueño.

La actividad de emprender es similar a otras, en el sentido de que hay que disponer de unos atributos o cualidades, que se tienen o no se tienen. Las habilidades técnicas se pueden aprender, pero las habilidades que te hacen sobresalir y te hacen aguantar y crecer con éxito, esas, no se aprenden, se tienen de forma innata. En este sentido, las escuelas de negocios y universidades

⁷ Giner de la Fuente, Gil Estallo y Martí Pidelaserra (2013:13)

⁸ Giner de la Fuente, Gil Estallo y Martí Pidelaserra (2013:13)

⁹ Giner de la Fuente, Gil Estallo y Martí Pidelaserra (2013:13)



pueden aportar esa formación de habilidades y conocimiento, pero no pueden convertir a cualquiera en emprendedor:

“Podemos tener unos deseos inmensos de ser músico, estudiamos, nos esforzamos por aprender toda la técnica, pero no progresamos, no somos capaces de ganarnos la vida con ello. ¿Qué pasa? Nos falta sensibilidad, oído, aguante, fortaleza, resolución, superación de miedos, confianza. Estas últimas cualidades muy difícilmente se aprenden.”¹⁰

Será a partir de esa disponibilidad de cualidades, donde la formación específica en habilidades gerenciales, dentro de las universidades y escuelas de negocios, pueden aportar la formación necesaria para mejorar la calidad de estos emprendedores potenciales. A estas cualidades debemos añadir, que la actividad de emprender lleva asociado ese, en cierto sentido “gusto o amor al riesgo”, ya que acometer una actividad de emprendimiento, supone salir de nuestro área de confort: “Dejar la comodidad, la posible estabilidad y seguridad, la santa nómina mensual, aun cuando el trabajo sea rutinario y el jefe insoportable no es nada fácil. Tiene dificultades. Pero, cómo no, también tiene enormes gratificaciones y satisfacciones” (Gil Estallo y Giner de la Fuente, 2011)

En la ley de apoyo a los emprendedores aprobada en España en el año 2013¹¹ en el Título preliminar “Disposiciones generales” en su Artículo 3, establece la definición de emprendedor:

“Se consideran emprendedores aquellas personas, independientemente de su condición de persona física o jurídica, que desarrollen una actividad económica empresarial o profesional, en los términos establecidos en esta ley”¹².

¹⁰ Gil Estallo y Giner de la Fuente (2011:14)

¹¹ Con la Ley 14/2013 de 27 de septiembre (BOE, 2013), de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, se pretendía, dentro de la grave crisis económica que estábamos viviendo y la elevada tasa de paro de nuestro país, facilitar un cambio de mentalidad en el que la sociedad valore más la actividad emprendedora y la asunción de riesgos.

¹² BOE Ley 14/2013 de 27 de septiembre. Título Preliminar. Disposiciones generales (2013: 78800).



En esta ley, el concepto de emprendedor se define de forma amplia, abarcando a todas aquellas personas que vayan a desarrollar una actividad económica productiva, de forma que así al ley pueda beneficiar a todas las empresas, con independencia de su tamaño y del ciclo empresarial en que se encuentren.

En el Título I¹³ de la ley, en su Capítulo I “Educación en emprendimiento” se incorporan medidas para que los jóvenes adquieran a través del sistema educativo, las competencias y habilidades requeridas para emprender.

La idea del emprendedor y de la cultura empresarial como elementos indispensables para el desarrollo económico y social de España se ha venido introduciendo de forma expresa en algunas etapas educativas, pero se considera necesario ampliarlo, incorporándolo como objetivo específico en todas las etapas de la educación básica¹⁴, así como en la Formación Profesional y en el bachillerato. Igualmente señala la ley, que para fomentar la cultura del emprendimiento resulta necesario prestar especial atención a las enseñanzas universitarias, de modo que las universidades lleven a cabo tareas de información y asesoramiento para que los estudiantes se inicien en el emprendimiento.

En definitiva, todo planteamiento de fomento del espíritu emprendedor, sea desde el ámbito privado o el público, señala como eje central del mismo la importancia de la formación en habilidades y destrezas empresariales, para poder favorecer el buen desarrollo de dichas iniciativas emprendedoras. En muchos casos la falta de esta formación, ha sido señalada como la causa de uno de los errores de emprendedores que han visto fracasar sus empresas (De Pablos y Blanco, 2013).

El punto de partida por tanto de todo proceso de emprendimiento, suele estar determinado por un estado de alerta del emprendedor a partir del cual emerge el reconocimiento, el descubrimiento o la generación de una oportunidad de

¹³ BOE (2013). El Título I “Apoyo a la iniciativa emprendedora” de la ley 14/2013 se señalan una serie de medidas para incentivar y fomentar la iniciativa emprendedora.

¹⁴ De Pablos y Blanco (2013:77). Los autores señalan como error número 46 del emprendimiento “no dar prioridad a la formación empresarial en las etapas tempranas educativas”



negocio con la finalidad de crear un valor económico o social. Este estado de alerta suele estar condicionado por una serie de características individuales: conocimientos, habilidades, miedo al fracaso, modelos de referencia, etc. y contextuales: estándares de vida, la imagen del emprendedor en la sociedad, etc. (GEM, 2013).

La percepción de una oportunidad para emprender representa el principal antecedente del proceso emprendedor donde un individuo o grupo de individuos identifica elementos o condiciones que le permitan descubrir ideas de negocio que den respuesta a una necesidad o incluso crear una nueva necesidad en un mercado existente.

El capital humano suele ser un elemento de vital relevancia tanto en la etapa previa de identificación y creación de oportunidades, como en las fases posteriores del emprendimiento. Es decir, el poseer conocimientos y habilidades vinculadas al desarrollo de actividades de gestión, de mercado, de innovación, de creatividad, y más especializadas para llevar a cabo su idea de negocio, contribuyen a reducir en gran medida las barreras a la hora de emprender. Este hecho permite percibir al individuo que es capaz de llevar su idea a cabo y reduce sus miedos a emprender.

Otro elemento importante suele ser la aversión al riesgo, tanto en la fase de la identificación de oportunidades como en las etapas posteriores del proceso emprendedor. De esta manera, aquellos que evitan situaciones de riesgo suelen estar influenciados por el miedo a fracasar por lo que emprender les resulta menos atractivo y prefieren seguir en su zona de “confort” que no les genera incertidumbre.

Consideramos que los emprendedores tienen como mínimo dos cosas en común: su interés por hacer algo distinto por ellos mismos y su enorme capacidad de resistencia al fracaso. Normalmente los emprendedores de éxito han tenido iniciativas emprendedoras fallidas anteriores, pero no han tirado la toalla por ello (Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra 2013), si no que dichos fracasos son claves en el aprendizaje.



En este sentido en España, existe en cierta medida una imagen negativa sobre el empresario/emprendedor, que se está intentando cambiar tanto desde las instituciones públicas como privadas. Esto hace que para los jóvenes españoles la preferencia por emprender, no sea su primera opción (GEM, 2013). Hay una serie de elementos que tradicionalmente han “ayudado” a este cierto rechazo al emprendimiento en España (Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra 2013).

Por un lado, la escasa difusión de las actividades y vida profesional de los empresarios, donde tienen una tendencia a mantenerse en cierta medida escondidos. Esta característica, a nuestro juicio, está cambiando con los nuevos y jóvenes emprendedores españoles, donde la difusión de sus iniciativas y el compartir sus experiencias, es algo que cada vez se observa más. En este sentido las nuevas tecnologías y redes sociales, están favoreciendo esta mayor difusión.

A este hecho hay que unir los altos niveles de corrupción que en los últimos años se están poniendo de manifiesto en nuestra sociedad, donde empresarios y Administraciones Públicas se han visto envueltos en actividades de dudosa legalidad. Esta situación, genera un mayor escepticismo hacia los empresarios, lo cual en gran medida genera un intento por desvincularse de ella. Este hecho y su efecto negativo, debemos también analizarlo desde un punto de vista positivo, esto es, los nuevos emprendedores/empresarios de nuestro país deben aprender y rechazar estas actividades corruptas y así mejorar la visión y calidad de nuestro empresariado, lo cual facilitará en gran medida nuestra imagen de marca fuera y facilitará la internacionalización de nuestras empresas, factor fundamental dentro del emprendimiento. La gente, en definitiva, se quiere desmarcar de los empresarios que han actuado bajo la tutela de los políticos y que han dado lugar a los casos de corrupción. Lo que se conoce como capitalismo de amiguetes o “crony capitalism”.

Un tercer elemento distorsionador de la imagen emprendedora en nuestro país lo encontramos en nuestro sistema educativo, en el cual en general no se ha fomentado el talento, la creatividad y la iniciativa. Este espíritu formativo se debe generar desde edad temprana, para poder empezar a despertar estas cualidades



emprendedoras en nuestros jóvenes, lo cual no ha sido tenido en cuenta tradicionalmente, en las diferentes leyes educativas de nuestro país (Freire, 2007). Este sistema debe cambiar hacia un sistema que fomente la singularidad y la iniciativa, sobre todo en los niveles educativos más inferiores. Por su parte las escuelas de negocios han ido, en este sentido, por delante en este tipo de formación, pero se han encontrado con un déficit formativo de sus participantes, lo cual ha ralentizado en cierta medida sus actividades formativas en emprendimiento. Con la ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores, se intenta apoyar cambios en este sentido, razón por la cual incluye dicha ley en su Título I, un capítulo sobre Educación en emprendimiento.

A estos elementos debemos añadir un aspecto social determinante, que es el papel que desempeña la familia en esta formación e impulso al emprendedor. Tradicionalmente nuestra cultura se ha plasmado dentro de la familia, en gran medida, en una tendencia a favorecer e inducir a los hijos hacia la seguridad y empleo de por vida y por ende, una aversión al riesgo. Por suerte, este entorno está cambiando en gran medida como consecuencia de la fuerte crisis sufrida últimamente, donde la idea de “el trabajo para toda la vida” está desapareciendo, unido a la idea de apertura de miras internacionales dentro del ámbito laboral.

1.3. Perfil del emprendedor

Ser funcionario está dejando de ser la elección mayoritaria de los universitarios españoles, siendo cada vez mayor su interés por emprender, tal y como señalan año a año los informes Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de España, donde la actividad emprendedora en nuestro país inició su carrera ascendente en el año 2011, donde se apreciaba ya un incremento en la misma de un 35%, respecto al año anterior (GEM, 2012).

Cada vez han sido más las personas que se han arriesgado a emprender en nuestro país, ante las escasas oportunidades que ofrecen el mercado laboral y los recortes en la Administración Pública. En un intento de fomentar esta



actividad emprendedora en España desde el sector público, y dada sobre todo la mala situación del mercado laboral español motivada por la actual crisis económica, se publicó la ley de fomento al emprendimiento (BOE, 2013). Por ello en cierto sentido, podemos decir que en la actualidad en España el emprendimiento se ha convertido en muchos casos en una “necesidad”, donde el gobierno intenta crear un marco institucional propicio al fomento de esta actividad.

Perder el miedo, ofrecer un producto o servicio demandado por el mercado, contar con el apoyo de las distintas organizaciones empresariales y obtener la necesaria financiación, son los comodines que permitirán ganar la partida del emprendimiento (Balbontín, 2012).

El trasfondo cultural emprendedor de la sociedad española responde a un patrón de comportamiento que la caracteriza como bastante bien dotada de la capacidad básica para poner en marcha pequeñas iniciativas de negocio, pero acompañada de una baja tolerancia al riesgo, escasa capacidad de percepción de oportunidades y espíritu competitivo, así como moderada en cuanto a apoyo a la clase empresarial. La persistencia de este modelo, e incluso la agudización de algunas de sus partes negativas, condicionan la modernización de los mecanismos emprendedores y sus resultados en un escenario en el que se necesita impulsar la creación de iniciativas de calidad. Por consiguiente, para progresar en el ámbito del emprendimiento, se advierte necesaria y urgente la intensificación de la implementación de una formación que incida en proporcionar mecanismos para el reconocimiento de oportunidades, para gestionar el riesgo, para fomentar el emprendimiento a través de equipos multidisciplinares y, sobre todo, para propiciar la puesta en marcha de las actividades con potencial de crecimiento y generación de empleo e innovación.

Como se señala en los informes GEM para España (GEM, 2012/13/14), existen en nuestro país muchas y buenas oportunidades de negocio y menos personas para traducirlas en empresas. Nuestra sociedad debe avanzar más dentro de esta cultura emprendedora para así poder impulsar proyectos de emprendimiento más ambiciosos.



A la hora de definir el perfil de un emprendedor y tomando como partida todo lo expuesto en el epígrafe anterior, el potencial emprendedor debe saber gestionar su propia trayectoria profesional y personal. Emprender debe convertirse en una experiencia positiva donde uno debe hacer aquello para lo que verdaderamente tiene habilidades y condiciones.

El potencial emprendedor a la hora de poder identificar sus posibilidades de éxito y saber si dispone de los atributos básicos para poder emprender, debe dar respuesta a dos cuestiones fundamentales (Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra 2013): *¿tengo algo que ofrecer diferente?* y *¿tengo capacidad de resistencia para vencer las dificultades?* En definitiva, la esencia de este planteamiento es: *¿soy innovador y tengo algo diferente que ofrecer, que me diferencie de competidores y hasta incluso de producto? Y ¿estoy dispuesto a asumir que me puede salir mal?* Si mi respuesta a ambas cuestiones es NO, claramente no tengo la iniciativa necesaria y no tengo el perfil necesario para emprender. Debemos tener en cuenta que no todo el mundo tiene los atributos necesarios para ser emprendedor.

Tomemos como referencia lo expuesto por Giner de la Fuente, Gil Estallo y Martí Pidelaserra¹⁵, que señalan a la hora de definir el perfil del emprendedor que “hay seis atributos que conforman la fuente de ideas y que son la base de lo que llamamos talento y otros seis atributos que dan cuerpo a la capacidad de resistencia de la persona y a la fuerza o empuje para avanzar”. Señalemos a continuación los atributos que señalan estos autores como definitorios de este talento y de la capacidad para sortear dificultades:

Atributos del Emprendedor:

1. **Conforman la base del talento:** Inquietud, Iniciativa, Visión, Intuición (olfato), Curiosidad y Percepción.

¹⁵ Giner de la Fuente, Gil Estallo y Martí Pidelaserra (2013:25)



2. **Conforman la capacidad de resistir y avanzar. Sortear dificultades:** Rebeldía, Independencia, Sentido del riesgo, Confianza, Sentido de la necesidad y Equilibrio emocional.

Los atributos que conforman la base del talento, definen un tipo de persona que es capaz de generar ideas y de plantearse nuevas formas de hacer las cosas y que en definitiva posee un espíritu innovador. Son en definitiva, personas muy activas, con una fuerte predisposición a hacer cosas nuevas y con curiosidad por conocer e investigar nuevos mercados o productos y a la vez son muy observadoras y con ilusión por crear cosas nuevas y no quedarse parados ni personal ni profesionalmente.

Por su parte los otros atributos, de fuerza, dotan a la persona de capacidad y resistencia para acometer nuevas iniciativas y para superarse ante la adversidad y continuar adelante con nuevos proyectos. En síntesis, son personas en cierto sentido inconformistas, que no les gusta la monotonía y por tanto no les asusta el cambio ni lo desconocido, si fracasan están dispuestos a volver a acometer alguna iniciativa y en definitiva, tienen la necesidad de un cambio continuo y les gustan los retos y su objetivo es crear algo que perdure.

La cuestión a plantearnos, es si una persona que no tiene este perfil, ¿puede adquirirlo? Nuestra respuesta es que gran parte de estos atributos son innatos al individuo, si bien el entorno familiar y los primeros años de formación, pueden ayudar a adquirir parte de ellos. En definitiva el emprendedor debe basar su actividad en la confianza, la seguridad y la perseverancia. Confianza en sus proyectos, donde desarrollará una gran tolerancia al fracaso y a aprender de él mismo para seguir innovando y emprendiendo. Seguridad en sí mismo, lo cual le dará la tranquilidad necesaria para asumir la responsabilidad de su iniciativa. Perseverancia, y no cejar en su empeño ante los fracasos.

Refiriéndonos al caso de España, las razones económicas y en concreto la elevada tasa de paro existente en nuestra economía desde 2008, como ya hemos señalado en más ocasiones, ha alentado a muchos trabajadores tradicionales por cuenta ajena a lanzarse al emprendimiento. A este hecho se



une la debilidad estructural de nuestro tejido empresarial y de la capacidad directiva del mismo, con un bajo nivel de liderazgo en nuestras empresas, donde se adolece igualmente de habilidades de gestión por parte de gran parte de estos empresarios. Finalmente, en referencia a los cambios de tendencia, las empresas de mayor tamaño necesitan ser cada vez más flexibles, para poder dar una rápida respuesta a los cambios, lo cual les obliga a desprenderse de parte de sus operaciones, pasando a subcontratarlas. Es ahí, donde se crea un nicho de mercado para nuevos emprendedores, convirtiéndose en proveedores de la mediana y gran empresa.

Los ciclos en economía cambian y la llegada de la crisis nacional e internacional y el fin de algunas burbujas especulativas han supuesto un cambio radical de la situación en los últimos años, lo que ha propiciado el inicio de un profundo cambio del entorno emprendedor. Las instituciones públicas a través de viveros de empresas y cambios normativos y las grandes empresas mediante procesos de innovación abierta, han puesto sus ojos en los emprendedores.

Un estudio realizado por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid en el año 2012, relativo al perfil del empresario joven en la Comunidad de Madrid (De Pablos y Blanco, 2013), obtuvieron los siguientes datos:

- ✓ Hombre y mujer, entre 25-35 años.
- ✓ Fundamentalmente universitario.
- ✓ Ubicado en sector transporte y comunicación, educación, sanidad y servicios a empresas.
- ✓ Su empresa tiene un número de empleados entre 10 y 49, y tiene una empresa recién creada con facturación no superior a los dos millones de euros.
- ✓ Ha creado empresa movido por la oportunidad de negocio y diversificar actividades.
- ✓ Busca conseguir más independencia e incremento de ingresos.
- ✓ Tiene facilidad para relacionarse con la gente, adaptarse a nuevas situaciones y cumple compromisos.
- ✓ Considera el apoyo financiero y la formación importantes promotores de su actividad.



- ✓ Le importa ante todo la satisfacción del cliente y los beneficios.
- ✓ En general no percibe que esté ofreciendo con su producto una innovación en el mercado.
- ✓ Se percibe con grandes carencias formativas en las grandes áreas de empresa, fundamentalmente finanzas y producción.
- ✓ No ha tenido experiencias anteriores de creación de empresas, ni proviene de familia de empresarios especialmente.
- ✓ Desde que ha creado la empresa, se ha formado fundamentalmente en cursos específicos de empresa o de áreas empresariales.
- ✓ Sus fuentes de financiación son mayoritariamente bancos y subvenciones
- ✓ Es poco optimista en relación al retorno esperado, y el tiempo de retorno en general.
- ✓ Está más satisfecho con los objetivos iniciales planteados, ventas y calidad de su producto/servicio, que con los costes, nivel de innovación y rentabilidad.
- ✓ Falta de financiación y competencia excesiva son los motivos más destacados del cese de negocio.

El objetivo de este estudio consistía en conocer con cierto nivel de detalle, aspectos tan relevantes como los motivos principales que animan a jóvenes a la creación de empresas, los elementos institucionales que favorecen al creación de empresas, los elementos que de alguna manera dificultan a los jóvenes la puesta en marcha de empresas, zonas donde se da una mayor propensión a la creación de empresas, formación del joven que crea empresas en la Comunidad de Madrid. En definitiva, datos muy relevantes para que las instituciones y Universidades y Escuelas de Negocios, puedan tener una información real de lo que anima y desanima a los jóvenes empresarios a crear y mantener empresas.

El Informe GEM 2012 señala a modo de conclusión de los Perfiles de los Emprendedores españoles para ese año, los siguientes rasgos característicos¹⁶:

¹⁶ Informe GEM. España (2012:18-19)



- ✓ El 73% de la actividad emprendedora ha obedecido a motivos de oportunidad, sin embargo, una cuarta parte de la actividad sigue siendo motivada por la necesidad y el alto nivel de desempleo.
- ✓ El perfil medio del emprendedor corresponde a un hombre de origen español de algo más de 38 años, con estudios secundarios, formación específica para emprender y nivel de renta situada en el tercio superior.
- ✓ Mayor implicación masculina y retroceso en cuanto a la femenina.
- ✓ La implicación de los jóvenes entre 18 y 35 años de edad es proporcionalmente superior a la de los adultos de entre 36 y 64 años de edad.
- ✓ Involucración ligeramente superior de la población rural en el proceso emprendedor que de la urbana.

Si comparamos este perfil definido en 2012, con los resultados obtenidos por el GEM 2014¹⁷, el perfil de los emprendedores nacientes es similar al de los dos últimos dos años, donde el porcentaje de “emprendedores por necesidad” sigue siendo similar. La edad media de las personas involucradas en actividades emprendedoras fue de 40 años, donde la población adulta de 35 a 44 años, fue la más propensa a emprender negocios nuevos y donde el porcentaje de hombres sigue siendo mayor, a pesar de que la diferencia entre hombres y mujeres a la hora de emprender ha disminuido en los dos últimos años. Por otro lado, el 47.6% de los emprendedores tenía algún tipo de formación superior o de Postgrado, y el 43.5% había recibido en algún momento de su vida formación específica para emprender. Finalmente, como en años anteriores, los adultos con mayor nivel de ingresos fueron los que mostraron una mayor propensión a emprender en negocios nacientes.

Una particularidad de la actividad emprendedora en España en los últimos años es que desde 2010 el peso relativo de los emprendedores con proyectos nacientes ha sido superior al peso que tienen los emprendedores que ya poseen

¹⁷ Informe GEM. España (2014:32)



proyectos nuevos que han pagado salarios por más de tres meses y hasta tres años y medio¹⁸.

El ligero aumento de la actividad emprendedora en España en 2014 puede ser un reflejo de la tendencia positiva que se observa en algunos valores y percepciones de la población española, en concreto, la existencia de un leve aumento en la identificación de oportunidades y disminución del miedo al fracaso como obstáculo para emprender, así como de los síntomas positivos que los expertos españoles manifiestan en la mayoría de las condiciones del entorno emprendedor español¹⁹.

1.4. Educación en Emprendimiento

El sistema educativo ha de sentar las bases para proporcionar las capacidades y habilidades necesarias con el fin de que los jóvenes, una vez se convierten en egresados, puedan desempeñar alguno de los múltiples roles que existen en el mundo laboral actual. El énfasis de la política educativa en este momento, se ha puesto en el reto de preparar, de forma adecuada, a los diferentes tipos de trabajadores ante los exigentes requerimientos de la economía mundial, en la que Europa no puede competir vía costes laborales, sino a partir de la inversión en un conocimiento de alto impacto sobre la productividad y sobre la competitividad de sus empresas e instituciones (GEM, 2014).

Con la publicación de la ley 14/2013 de apoyo al emprendimiento y su internacionalización se hace especial hincapié en la necesidad de alinear nuestro sistema educativo con una sociedad que cada día aspira a ser más flexible y adaptativa. La adecuación del sistema educativo a la formación en

¹⁸ Informe GEM. España (2014:32)

¹⁹ Informe GEM. España (2014:33)

emprendimiento²⁰, aparece recogida en el Capítulo I: Educación en emprendimiento, del Título I: Apoyo a la iniciativa emprendedora²¹:

TÍTULO I

Apoyo a la iniciativa emprendedora

CAPÍTULO I

Educación en emprendimiento

Artículo 4. El emprendimiento en la enseñanza primaria y secundaria

1. Los currículos de educación Primaria, Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Formación Profesional incorporarán objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación de la formación orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor, a la adquisición de competencias para la creación y desarrollo de los diversos modelos de empresas y al fomento de la igualdad de oportunidades y del respeto al emprendedor y al empresario, así como a la ética empresarial.
2. Las Administraciones educativas fomentarán las medidas para que el alumnado participe en actividades que le permita afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.

Artículo 5. El emprendimiento en las enseñanzas universitarias

1. Se promoverán las iniciativas de emprendimiento universitario para acercar a los jóvenes universitarios al mundo empresarial.
2. Las universidades fomentarán la iniciación de proyectos empresariales, facilitando información y ayuda a los estudiantes, así como promoviendo encuentros con emprendedores.

Artículo 6. Formación del profesorado en materia de emprendimiento

1. El personal docente que imparte las enseñanzas que integran el sistema educativo deberá adquirir las competencias y habilidades relativas al emprendimiento, la iniciativa empresarial, la igualdad de oportunidades en el entorno empresarial, y la creación y desarrollo de empresas, a través de la formación inicial o de la formación permanente del profesorado.
2. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en colaboración con las Comunidades Autónomas, promoverá que los programas de formación permanente del profesorado incluyan contenidos referidos al emprendimiento, la iniciativa empresarial y la creación y desarrollo de empresas.

Este planteamiento no es nuevo, y solo pretende ahondar en las directrices que la Unión Europea viene dictando desde que se publicara el Libro Blanco de

²⁰ De Pablos y Blanco (2013:19). Los autores señalan como error número 2 del emprendimiento “la falta de preparación”.

²¹ BOE (2013: 78800)

Delors, a principios de los años 90. Tras la firma en el año 2006 de la “Agenda de Oslo para la educación del espíritu empresarial en Europa”, el esfuerzo por incorporar las enseñanzas en la materia ha sido una constante, pero a la vez un lento proceso, sobre todo en los niveles educativos iniciales. El análisis previo reveló que la mayor parte de las iniciativas sobre educación en espíritu empresarial vigentes en la UE, no estaban integradas en los planes de estudio, ni formaban parte de un marco coherente para el fomento de ese espíritu (GEM, 2014). España incorpora por primera vez la iniciativa emprendedora como uno de sus principios de calidad del sistema educativo en la ley 10/2002 de Calidad de la Educación (LOCE) y ha ido creciendo en presencia en las sucesivas reformas del sistema.

Para fomentar la cultura del emprendimiento resulta necesario prestar especial atención a las enseñanzas universitarias, de modo que las universidades lleven a cabo tareas de información y asesoramiento para que los estudiantes se inicien en el emprendimiento. En este sentido los Viveros de Empresa vinculados a las universidades, generan importantes sinergias de conocimiento entre los profesores universitarios y los potenciales emprendedores.

En este sentido, y a efectos de promover a través del sistema educativo la cultura del emprendimiento, es esencial que el profesorado reúna las competencias y habilidades necesarias para cumplir de forma eficaz tal objetivo. A tal efecto, la ley 14/2013 contempla medidas que inciden tanto sobre la formación inicial, como sobre la formación permanente del profesorado.

La competencia en Iniciativa y Espíritu Emprendedor, sobre la cual el sistema educativo español está pivotando para abordar la enseñanza en emprendimiento, incluye pues, la habilidad de planificar y dirigir proyectos encaminados al logro de objetivos, requiriendo, por tanto, mentalidad, atributos genéricos y habilidades que son el fundamento para el emprendimiento y que requieren además de conocimientos específicos sobre la gestión de un proyecto empresarial que deben adecuarse en cualquier caso al nivel y tipo de educación. Estas competencias conforman un conjunto de cualidades personales, habilidades sociales y de planificación y gestión, necesarias para actuar de forma autónoma (GEM, 2014).



Desde que se iniciara el proceso de reconocimiento y la delimitación de las competencias relacionadas con la iniciativa emprendedora, incorporándolas en la elaboración de los planes de ordenación docente de los diferentes niveles educativos, Bachillerato se adelantó en el proceso reconociendo la necesidad de fortalecer la iniciativa empresarial en Bachillerato (LOCE)²² con el fin de capacitar a los jóvenes para enfrentarse a la nueva realidad socioeconómica. La incorporación de conocimientos relacionados con el mundo empresarial en Bachillerato en el actual sistema educativo (LOE), se articuló con la incorporación de dos materias de carácter generalista: Economía (1º de Bachiller) y Economía de la Empresa (2º de Bachiller), integradas actualmente en una de las tres modalidades de Bachillerato vigentes, la de Humanidades y Ciencias Sociales. En estas materias la enseñanza específica en emprendimiento es marginal, y está más ligada a la formación del espíritu de empresa.

Muchos centros educativos optan por hacer actividades puntuales y programas no regulados por la ley, basadas en el “aprendizaje experiencial” o actividades tipo “aprender haciendo” (learning by doing), las cuales se consideran más eficaces para el desarrollo de las capacidades y actitudes emprendedoras. Entre estas actividades que se realizan con ánimo de mejorar las habilidades emprendedoras de los estudiantes, podemos destacar el Proyecto Empresa Joven Europea (EJE)²³, Kitcaixa Jóvenes Emprendedores²⁴ y Desafío Junior Empresarial de ESIC²⁵, en los cuales los alumnos que año tras año participan en este tipo de proyectos, valoran muy positivamente la experiencia.

El principal obstáculo para fomentar esta cultura emprendedora entre los alumnos es en muchos casos la escasa formación en emprendimiento del profesorado, por lo que se debe hacer hincapié en iniciativas orientadas a la

²² Freire (2007)

²³ EJE: Proyecto promovido desde la Ciudad Tecnológica de Valnalón, cuyo propósito es el desarrollo de capacidades emprendedoras en diferentes etapas del sistema educativo. El proyecto va dirigido a alumnos de 3º y 4º de la ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos de grado medio y superior.

²⁴ Programa de la Obra Social La Caixa que se desarrolla en 1º de Bachillerato.

²⁵ Juego de creación de empresas, en el que los equipos formados por grupos de alumnos (2 ó 3 por grupo), compiten entre sí, mediante la creación de mini-proyectos de empresa. Proyecto dirigido a alumnos de 1º y 2º de Bachillerato y alumnos de Ciclos Formativos.



adquisición de los conocimientos necesarios y a la sensibilización del profesorado en general, hacia el fomento de la cultura emprendedora.

En referencia a la formación universitaria y el emprendimiento, la Universidad desempeña el papel esencial como formadora de las capacidades emprendedoras de los futuros titulados universitarios. A pesar de ello, hace tan solo una década eran muy pocas las universidades que contemplaban en sus titulaciones formación específica en Espíritu Emprendedor, ni tan si quiera en las titulaciones de economía y empresa se formaba específicamente para el emprendimiento, siendo las Escuelas de Negocio privadas las pioneras en este tipo de formación e iniciativas.

En los últimos años y con la adaptación de nuestro sistema educativo de enseñanza superior, al Espacio Europeo de Educación Superior bajo el marco del Proceso de Bolonia, las universidades han sufrido transformaciones en relación al papel que deben desarrollar en las diferentes acciones dirigidas al fomento del emprendimiento, así como al tipo de actividades a desarrollar en este ámbito. En este sentido ha sido de vital importancia el modelo de entendimiento implantado entre universidad, empresa y gobierno, fundamental para impulsar la innovación y la transferencia tecnológica y ayudar a diseñar un marco institucional favorable para el desarrollo de iniciativas emprendedoras.

La Declaración de Bolonia, por tanto, ha supuesto un revulsivo para activar el papel dinamizador de la Universidad a la que se le exige ahora fomentar el trabajo del propio estudiante, creando un entorno idóneo para el enfoque de la enseñanza mediante proyectos. Competencias como el trabajo en equipo, autonomía, iniciativa, creatividad y asunción de riesgos, son conceptos recurrentes en las memorias de verificación de los títulos oficiales universitarios en España. En definitiva, el alumno activo y no única y exclusivamente receptor pasivo de conocimientos. Las materias y competencias que reflejan el emprendimiento en cada uno de los títulos oficiales y propios de las universidades españolas son múltiples y variadas y a su vez, difíciles de dimensionar, pero lo importante de todas ellas es que consigan impregnar en el potencial emprendedor, de las competencias fundamentales que puede adquirir el potencial emprendedor con su formación: Competencias Técnicas y



Empresariales. Este capital intelectual debe cultivarse y acrecentarse a lo largo de toda su vida, ya sea a través de formación como a través de experiencias enriquecedoras en el desempeño profesional.

Estas competencias técnicas y empresariales, junto a las competencias emocionales y personales (actitud vital) y las competencias sociales y éticas (ética personal y de negocio), configuran las tres competencias fundamentales de un emprendedor (Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra, 2013).

No se deben obviar los principios del aprendizaje permanente a lo largo de la vida, en la medida en que el crecimiento personal y profesional no se circunscribe a una determinada edad o posición en el sistema educativo. Cada vez son más numerosas las acciones que pretenden impulsar el espíritu emprendedor de jóvenes y mayores, tanto desde las instituciones públicas como privadas. Entre educadores y administraciones aumenta significativamente la conciencia de su importancia, si bien aún queda mucho por hacer para integrar, homologar y sistematizar las enseñanzas en emprendimiento en nuestro país.

1.5. Factores que influyen en el emprendimiento

En coyunturas económicas convulsas como la actual, hay que detectar oportunidades de negocio y aprovecharlas con nuevas iniciativas empresariales. Muchos se animan a arriesgarse y están optando por el autoempleo. A estos emprendedores se les denomina hoy generación “flux” (Balbontín, 2012): jóvenes con suficiente preparación y experiencia que, tras haberse quedado en paro o haber salido de la universidad con ganas de trabajar, no consiguen encontrar empleo y deciden montar su propia empresa.

Como aparece recogido en diferentes estudios, la tendencia muestra que son cada vez más los universitarios que muestran su intención de crear un negocio propio, frente a los que aspiran a un puesto de funcionario o a trabajar por cuenta ajena. Esta tendencia se ha acentuado de forma notable, a partir del año 2011

(Balbontín, 2012). Dentro de esta misma tendencia, cabe señalar así mismo el aumento del protagonismo de la mujer en el autoempleo y el cambio en los sectores objetivo de los buscadores de autoempleo, donde se reduce su peso en sectores como la construcción o el comercio y aumenta en otras actividades con más oportunidad de negocio, como son las nuevas tecnologías.

Por todo ello, podemos señalar que muchos de los que llegan a emprender, no pensaban hacerlo o en un principio no era su plan. Por ello podemos señalar que hay una serie de vías o motivos, que impulsan a los individuos (con ese cierto espíritu emprendedor innato) a emprender (Giner de la Fuente; Gil Estallo y Martí Pidelaserra, 2013):

- El *entorno favorable*. Un entorno familiar y educativo que desarrolle un espíritu independiente, favorece el ansia por aprender y el interés por intentar cosas nuevas. Si en la universidad el individuo se sigue encontrando este clima de libertad y estímulo, es muy probable que surjan así espíritus emprendedores y posiblemente empresarios. El entorno actúa así como un estímulo y referente.
- El *aprendizaje positivo en el trabajo*. Un aprendizaje positivo en el trabajo por cuenta ajena, puede ser una buena vía para el emprendimiento ya que se aprenden procesos y procedimientos de gestión y contacto con carteras de clientes, que en algunos casos serán el origen del nuevo negocio. En este sentido, se facilita el aprendizaje de primera mano que luego servirá como impulso para la creación de su propio negocio.
- *Tu propia empresa te empuja y te ayuda*. Esta vía aparece normalmente en empresas medianas o grandes, cuando se plantean externalizar un proceso, departamento o división. En algunos casos, cada vez más frecuentes debido a la crisis, suelen ofrecer a los trabajadores de plantilla, como alternativa al despido, que de forma externa sean ellos quienes se constituyan en proveedores. Esta fórmula puede funcionar, si tú crees que puedes tomar las riendas de tu propia empresa y vida.



- *Antes de que todo se hunda.* Esta situación se da en empresas pequeñas o medianas abocadas al cierre, donde los empleados deciden una especie de colectivización de su empresa. Esta opción es muy arriesgada, ya que puede que en muchos casos se plantee solo como alternativa de forma de vida.
- *Experiencias negativas en el trabajo.* La insatisfacción laboral por cuenta ajena, puede ser la palanca de arranque que precipite una decisión que el individuo no se atrevía a tomar. Estas experiencias negativas puede impulsar experiencias de emprendimiento, buscando el desarrollo de ideas propias y de mayor libertad de actuación laboral.
- *La única salida del túnel.* De aquí surgen aquellos que nunca se habían planteado emprender y que han desarrollado la mayor parte de su vida laboral en empresas trabajando por cuenta ajena y que, en muchos casos, debido a la crisis y en una edad entorno a los 50 años, ahora se encuentran en situación de desempleo. Muchos de ellos emprenden actividades como autónomos.

De todos los motivos que acabamos de exponer, la mayoría tienen en común que la situación ya sea dentro de la empresa en la que el individuo desarrolla su actividad laboral por cuenta ajena, o el entorno económico desfavorable, las personas en muchos casos se ven “obligadas” a elegir el emprendimiento como la única vía que ven posible como medio de sustento. En este sentido, no debemos olvidar que las decisiones de emprender, tomadas, en muchos casos, desde la desesperación laboral, no suelen dar buenos resultados.

Podemos por tanto señalar, por todo lo expuesto hasta ahora, que hay muchas razones para emprender y que el deseo de emprender es algo que surge de dentro del individuo. Podemos por tanto sintetizar que hay tres grandes razones que impulsan a los individuos a emprender: económicas, estructurales y de cambio de tendencia.

En el caso concreto de España podemos señalar que no es un país fácil para emprender, ya que existe mucha burocracia a la hora de crear una empresa, la cual se ha intentado reducir con las nuevas leyes promulgadas al respecto²⁶. Este es un factor clave en la desmotivación, donde los trámites administrativos se hacen tediosos a la hora de constituir una empresa.

A este hecho se une el escaso apoyo del Sistema Financiero Español a la actividad de emprendimiento, cuyas entidades financieras se caracterizan por la aversión al riesgo, y no están habituadas a estudiar proyectos y mucho menos, a apostar por una idea y por la persona. Son entidades especializadas en dar hipotecas y créditos al consumo, todo ello con las debidas garantías.

Una alternativa a la financiación bancaria, en especial en los inicios de la empresa, es acudir a la financiación e inversión privada. Desde principios de los años 90, en todo el mundo se han desarrollado colectivos de inversores privados, denominados *business angels*, que están dispuestos a escuchar el proyecto y propuestas, y si logran convencerles, ellos invertirán una cantidad de dinero en el mismo, normalmente en forma de capital, para en 3-5 años poder recuperar el mismo multiplicado por 10, 15 o hasta incluso 20.

El desarrollo de la “inversión ángel” representa una estrategia fundamental para fortalecer el ecosistema emprendedor. Estos inversores, además de aportar su propio dinero a proyectos en fase *start-up*, apoyan a los emprendedores con su experiencia y contactos, ayudando al desarrollo de las empresas en las que invierten.

La mayoría de los estudios se remontan a los inicios de Silicon Valley en Estados Unidos como origen del concepto *business angels* tal y como actualmente se

²⁶ BOE (2013). En el Capítulo IV “Inicio actividad emprendedora” se introducen medidas para agilizar el inicio de la actividad emprendedora. Por un lado se crean los Puntos de Atención al Emprendedor, que serán ventanillas únicas electrónicas o presenciales a través de las que se podrán realizar todos y cada uno de los trámites para el inicio, ejercicio y cese de la actividad empresarial. Se garantiza la existencia de al menos un Punto de Atención al Emprendedor electrónico en el Ministerio de Industria, Energía y Turismo que prestará la totalidad de los servicios en esta ley. Este punto nace de la integración de las múltiples ventanillas que hoy existen de asistencia en el inicio de la actividad a nivel estatal. Por otro lado, los emprendedores podrán constituirse de forma ágil, tanto como empresarios de responsabilidad limitada como en forma societaria, a través de sistemas telemáticos.

concibe. Desde el punto de vista académico e institucional, los primeros estudios en torno al mercado de *business angels* surge en los años sesenta.

En 1938, Frederick Terman, director del Departamento de ingeniería de la Universidad de Stanford, prestó 500 \$ a dos de sus licenciados, con el fin de que pudieran desarrollar un proyecto empresarial que con el tiempo acabaría convirtiéndose en una de las principales compañías de la industria electrónica. Lo novedoso en este sentido era que, junto con la aportación económica, contribuyó también a desarrollar el negocio apadrinando a dichos licenciados, sus primeros años de carrera como empresarios (Hoyos y Saiz, 2014).

Actualmente, la esencia de lo que implica ser un *business angel* sigue siendo la misma, es decir, personas que a título individual invierten su dinero en una iniciativa de negocio, generalmente en fase de lanzamiento o arranque, y que aportan además lo que se conoce como *capital inteligente*, esto es, su conocimiento, experiencia y red de contactos²⁷. Diversas investigaciones han tratado de aportar definiciones en torno a este concepto, siendo la más utilizada la que establecen Mason y Harrison (Mason y Harrison, 2008): “un individuo con elevado poder adquisitivo que, cuando solo o sindicado formal o informalmente con otros, invierte su propio dinero de manera directa en un negocio no cotizado con el que no mantiene un lazo familiar y que, una vez realizada la inversión, toma parte activa en el desarrollo del negocio, bien como asesor o miembro de la Junta Directiva”²⁸.

La “inversión ángel” está asociada por consiguiente, al trasvase de dinero inteligente, que incluiría asesoramiento técnico, visión de negocio, búsqueda de clientes potenciales y redes de contacto a disposición de los socios promotores del proyecto.

En España esta forma de inversor está poco desarrollada y no hay demasiado donde elegir, por lo que habitualmente hay que acudir a rondas de inversores en el extranjero. Cabe mencionar que una alternativa para lograr fondos puede ser

²⁷ Hoyos y Saiz (2014)

²⁸ Mason y Harrison (2008:309)

el recurrir al *crowdfunding*, donde se lleva a cabo un proceso de recogida de fondos colectiva.

En última instancia mencionaremos como un factor importante que influye en el emprendimiento en España, los pocos lugares especializados de apoyo y orientación al emprendedor, existentes en España. Los emprendedores necesitan apoyo en ciertos temas legales, económicos, societarios, etc. que en muchos casos desconocen y que en muchos casos les genera muchas lagunas y dudas a la hora de poner en marcha su idea de negocio. En este sentido, las incubadoras o viveros de empresa desempeñan un papel importante.

En definitiva, toda la literatura sobre emprendimiento otorga un papel de indiscutible relevancia tanto en el fomento de la actividad emprendedora como en su impacto en el desarrollo económico de un territorio. Para lograrlo se requiere de un marco institucional que facilite y propicie una cultura emprendedora en todos los ámbitos: individual, organizacional y territorial.

En su conjunto, las políticas gubernamentales y el acceso a la financiación son de naturaleza coyuntural y evidencian la situación económica que ha estado experimentando nuestra economía en los últimos años. Sin embargo, ambas condiciones del entorno también han sido identificadas como principales obstáculos para emprender durante la última década. En contrapartida, las capacidades emprendedoras y las normas sociales/culturales presentan una naturaleza más estructural que coyuntural. Es decir, son condiciones que requieren de un espacio de tiempo considerable para evolucionar y mostrar cambios más significativos (GEM, 2014).

Por todo lo anterior, es importante reforzar las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y a la educación. Por un lado, a pesar de las restricciones presupuestarias que pudieran experimentarse por la situación económica y social que experimenta el país, existen algunas políticas promovidas por diversas instituciones gubernamentales, directa o indirectamente, orientadas a apoyar la creación de empresas (Ej. Ley 14/2013 de apoyo al emprendimiento). De la misma forma, se observan iniciativas públicas y privadas vinculadas a temas de financiación formal e informal, aunque aún necesitarán tiempo para su implementación, maduración y materialización de resultados. Finalmente, a



pesar de que la educación y la formación presentan una mejoría dentro del ámbito del emprendimiento, sería recomendable seguir reforzando dicha formación, de forma que se impulsen y refuercen los valores, actitudes, conocimientos y habilidades que influyen en el individuo en el momento de tomar la decisión de emprender y también de supervivencia en el mercado.



Apéndice 2

Economía para Bachilleres²⁹

²⁹ Freire (2007). Artículo en el que se analiza la evolución de los estudios de economía y análisis de empresa, dentro de los estudios de Bachillerato en España y las modificaciones llevadas a cabo en dichos estudios, a lo largo de los diferentes cambios legislativos. Dicho artículo fue publicado en la revista: *Libros de Economía y Empresa*.



ECONOMÍA PARA BACHILLERES

Resumen

La enseñanza de economía en el bachillerato español, se remonta en sus orígenes a mediados del siglo XIX, teniendo una trayectoria en su mayoría integrada dentro de las asignaturas y textos de Geografía e Historia, hasta la situación actual en la cual ha conseguido hacerse un hueco con entidad propia en nuestro actual bachillerato, dentro de la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales. Veremos como se ha ido adaptando el estudio de los conceptos económicos, dentro de las diferentes legislaciones educativas españolas.

Palabras Clave: Legislación educativa española; textos de economía en bachillerato.

La enseñanza de economía en el bachillerato español, aparece en la opinión pública como una novedad del nuevo Bachillerato establecido a raíz del reordenamiento del sistema educativo español, con la publicación en 1990 de la Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE). Sin embargo, la inclusión de contenidos e incluso de materias de carácter económico en la enseñanza no universitaria, tiene una trayectoria más dilatada, es más, tal y como señala Gabriel Travé en su estudio sobre la didáctica de la economía en bachillerato (Travé, 2001), rebuscando en nuestro ordenamiento legislativo, podemos encontrar en el algún tipo de enseñanza económica desde mediados del siglo XIX, aunque los problemas y análisis económicos se han desarrollado con frecuencia como apoyo o herramienta de la Geografía y la Historia, en menor medida asociados al Derecho y de forma independiente en asignaturas específicas del bachillerato. Por tanto, para ver como han ido evolucionando los manuales o textos de economía en nuestro Bachillerato, debemos hacerlo viendo la evolución de nuestra legislación educativa, que nos llevará hasta la actual Ley Orgánica de Educación (LOE) de 2006.

Debemos tener en cuenta, que frente a la larga trayectoria histórica de la Geografía y la Historia como disciplinas escolares, hasta la década de los cuarenta del siglo XX no existió una titulación específica de Economía, ubicándose los estudios universitarios relacionados con el ámbito económico dentro del Derecho, titulación en la que se impartía Economía Política y Hacienda Pública. Este lento desarrollo de la economía como ciencia social en nuestro país, así como el carácter técnico y aplicado que se ha dado a estos contenidos, y las dificultades detectadas para su aprendizaje junto con su destacado componente ideológico, pueden llegar a explicar, entre otros factores, la escasa importancia concedida a los contenidos económicos en el currículo no universitario hasta hace pocos años. Con el paso del tiempo y una vez que se han ido superando todas estas barreras al estudio de los conceptos y teorías económicas, y sobre todo, dada la creciente demanda universitaria en los últimos 30 años, de los estudios de Economía y Empresa, se ha ido haciendo cada vez más necesario el incorporar en los niveles educativos inferiores, Secundaria y Bachillerato, estudios específicos de economía y de análisis de la empresa.



A pesar de los avances conseguidos a partir de la reforma educativa marcada por la LOGSE, todavía desde muchos ámbitos educativos se reclama la necesidad de ampliar estos estudios al ámbito de la educación obligatoria, actual Secundaria, cuestión que generó expectativas de lograrse con la Ley Orgánica de educación (LOE) aprobada en 2006, pero que al final se quedó en el borrador y no llegó a incorporarse. Por tanto al día de hoy, sigue siendo una materia a impartir únicamente en Bachillerato, bajo la estructura de: Economía en primer curso de bachillerato y Economía y Organización de Empresas en segundo curso de bachillerato.

Demos un breve repaso a los orígenes de la enseñanza de los contenidos económicos en nuestros diferentes sistemas educativos, lo cual nos dará una visión general de cómo hemos llegado a estructurar los actuales estudios de economía dentro del bachillerato y los consiguientes textos o manuales que han acompañado a esta formación. Por tanto, hasta hace muy pocos años (1990) no podemos hablar de manuales específicos de economía para Bachillerato.

Como señalábamos anteriormente, los estudios de los conceptos económicos han estado tradicionalmente asociados e incorporados dentro de las materias de Geografía e Historia, es más, el análisis económico se incorporó más tempranamente en Geografía que en Historia, donde los geógrafos abordaban esta temática en el marco de la descripción de los países, destacando la preocupación por la riqueza de las naciones, sus recursos económicos y producción, su población y su comercio. A partir de 1875 puede ya hablarse de la Geografía económica como disciplina específica, caracterizada ante todo por su fuerte carga descriptiva (Méndez, 1997).

Los referentes históricos, en relación con la inclusión en el nuevo Bachillerato LOGSE de asignaturas específicas de economía, tenían una orientación más hacia la formación de administrativos, contables o peritos mercantiles. Capel y Arteaga (1986), al analizar los planes de estudio españoles, describen como en el plan de 1868 las nociones económicas se estudiaban bajo la denominación de Elementos de Agricultura, Industria fabril y Comercio. En el plan de 1873, esta disciplina estaba asociada al Derecho, como Nociones de Derecho Político penal y procesal y economía. En el plan de 1880 aparece ya una asignatura específica que lleva el nombre de Economía política y legislación mercantil e industrial, junto a una Geografía y Estadística comercial. En 1900 vuelve a encontrarse asociada al Derecho y la Ética como Derecho usual con Ética y Economía Política. En 1926, durante la dictadura de Primo de Rivera, se pone en marcha una nueva reforma de la enseñanza secundaria a través del Plan Callejo, apareciendo en el cuarto curso de Bachillerato elemental una asignatura común a las secciones de ciencias y letras, denominada Geografía política y económica.

Sin embargo, en el nivel de Educación Elemental, hay que esperar hasta 1899 para encontrar el primer referente legislativo donde se ponga de manifiesto la preocupación por la enseñanza de contenidos de carácter económico. Esto sucederá con la promulgación del Reglamento de Escuelas Graduadas Anejas a las Normales, en donde se proponen una serie de innovaciones al amparo de la renovación pedagógica auspiciada por la Institución Libre de Enseñanza (López del Castillo, 1984). El objetivo era inculcar la idea del ahorro y del control de gastos entre los estudiantes, para lo cual se indicaba la creación de las cajas escolares de ahorro, donde



intervendrían en la contabilidad de las mismas los niños de mayor edad, lo que constituiría un aprendizaje pragmático de los conceptos económicos, o más bien contables.

Ya en el primer tercio del siglo XX surge, entre algunos pedagogos españoles, la recomendación de que en las escuelas femeninas se enseñe economía doméstica, como se hace en otros países europeos y en EEUU con carácter obligatorio. El objetivo de estas enseñanzas eran las tareas del hogar, aunque en un sentido más amplio se relaciona con el orden moral, la religión, etc. y sin abordar una problemática propiamente económica, intentaba una racionalización de ciertas actividades domésticas, como el presupuesto familiar. Esta recomendación surtirá efecto a partir de los cuestionarios elaborados por la Sección Femenina para las niñas, que se plasmará en el *Manual de Economía Doméstica* (1945), dirigido a las alumnas de cuarto, quinto y sexto de bachillerato. En su Introducción recoge claramente la idea y orientación de esta formación:

- ¿Qué entendemos por Economía?
- - La Economía en general (según la definición de la Academia de la Lengua) es la administración recta y prudente de los bienes
- ¿Cuáles son los fines de la economía doméstica?
- -La economía doméstica, cuyo ejercicio corresponde tradicionalmente a la mujer, se limita a la administración de bienes que se USAN Y CONSUMEN en la casa u hogar.
- ¿Qué entendemos por administrar?
- -Si la ECONOMÍA DOMÉSTICA es la recta administración de la casa, ahora conviene saber el significado de la palabra ADMINISTRAR
- -ADMINISTRAR significa: gobernar, regir, cuidar, etc (según el diccionario). De ahí. "El gobierno de la casa" consistirá, por tanto, en aplicar las leyes y principios económicos al mejor APROVECHAMIENTO Y CONSERVACIÓN de los bienes que la constituyen.

Esta Introducción junto al último capítulo de este manual, titulado: XIV.-La economía en todos sus aspectos- Presupuesto familiar- Distribución de los ingresos- contabilidad doméstica, y dejando al lado toda connotación discriminatoria, recogen la síntesis de la enseñanza de la economía a un alumno profano en la materia: "Cómo administrar unos recursos (dinero, factores, etc) escasos, para obtener el mayor aprovechamiento (rendimiento, satisfacción, etc) posible."

La II República supuso otra nueva reforma del Bachillerato cuya mayor novedad en relación con la enseñanza de contenidos de carácter económico se debería en este caso a la Historia, donde se incluyen valoraciones de aspectos económicos y sociales aunque de forma muy narrativa, ya que desaparece del nuevo plan de estudios la Geografía política y económica del plan anterior. En cuanto a la Enseñanza Primaria, quizá la novedad más llamativa sea la que introduce el gobierno republicano en 1937, en plena guerra civil, al publicar el nuevo Plan de Estudios Primarios, donde dentro del bloque denominado Conocimiento de los Valores Humanos, se incluyen los denominados conocimientos económicos y sociales, donde los niños ven los problemas generales de la organización del trabajo, las relaciones de las diversas fuerzas sociales, los modos de distribución y comercio (López del Castillo, 1982). La importancia de este nuevo plan es que será la primera vez en que dentro del ordenamiento legislativo de la Educación Primaria aparece explícitamente el conocimiento de nociones económicas y sociales diferenciado de la Historia y la Geografía.



Desde la guerra civil se suceden cuatro planes de estudio hasta la aprobación de la Ley General de Educación de 1970. A lo largo de este periodo, cabe destacar la publicación de uno de los manuales de economía, dirigido a los alumnos de sexto de bachillerato, que más influencia ha tenido en la formación de la mayor parte de nuestros economistas actuales: *Política Económica*, de Fuentes Quintana y Velarde Fuertes, cuya primera edición se publicó en 1959 y en 1966 iba ya por la 6ª edición. En la carta introductoria de los autores, estos justifican la importancia para los bachilleres de estudiar economía, intentando convencerles de lo importante de la asignatura para su formación, ya que las cuestiones económicas ocupan la mayor parte del tiempo de los individuos y son cuestiones que le preocupan profundamente. Estas cuestiones alcanzaban una mayor relevancia en esa época de España, en la cual la pobreza era un tema demasiado cercano. En el manual se llevaba a cabo un análisis de la actividad económica referida en particular de la economía española, analizando la Renta Nacional; la Producción Nacional; dedicando a esta última un análisis individual por sectores (producción rural, minería, industria, transportes, comunicaciones y comercio interior); la organización monetaria y el comercio exterior; para finalizar analizando la intervención del estado en la vida económica.

A partir de la Ley de 1970, se lleva a cabo un gran cambio en el Bachillerato tradicional, ya que se reestructuran parte de los cursos dentro de la Educación General Básica (de 6 a 14 años) y se implanta la Formación Profesional (FP) como vía de escolarización alternativa al nuevo Bachillerato Unificado Polivalente (BUP. Con la nueva ley, y en el ámbito curricular, aparece la asignatura de Geografía Humana y Económica en segundo de BUP, que se centra en el análisis de las actividades económicas de los sectores de producción. Lo más relevante de esta época es la creciente importancia de los contenidos económicos en la práctica educativa y en particular en los libros de texto.

A partir del salto experimentado durante esta década en la relevancia obtenida por la formación económica, no resulta extraño que se hayan introducido dos asignaturas de economía en el nuevo Bachillerato. Este hecho pone de manifiesto una realidad, que es la necesidad de contar con conocimientos básicos de economía y del funcionamiento de las empresas en todo tipo de disciplinas, materias y profesiones, así como en la vida diaria. Aunque no se ha conseguido implantar en todas las modalidades del nuevo Bachillerato la formación económica, como veremos por lo menos cubre la demanda de gran parte de estudiantes que quieren orientar su formación universitaria hacia la empresa o sin ser ese su objetivo final, adquirir conocimientos económicos fundamentales para su desarrollo personal. Durante la elaboración de la LOE, se crearon muchas expectativas sobre una posible ampliación de esta formación económica a todo el ámbito del Bachillerato, expectación que no se vio cumplida ya que se siguió relegando a una única especialidad.

La implantación del Bachillerato LOGSE en su modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales, implanta las asignaturas de Economía en primer curso y de Economía y Organización de Empresas en segundo curso de Bachillerato, como oferta de formación específica de economía. El objetivo de estas asignaturas es conseguir la captación de conceptos económicos básicos, unido a la comprensión de los sistemas económicos y la de la empresa como una unidad de decisión económica.



La formación económica en el currículo de los alumnos de Bachillerato posibilita tener una visión más amplia de la sociedad actual y sus problemas económicos, tales como la inflación, desempleo y de sus dimensiones productivas, de distribución y administración de los cursos que generan.

La metodología a seguir para impartir la materia de economía en Bachillerato ha de ser la que presente los problemas económicos relacionados con el contexto sociocultural en el que se encuentre el alumno (LOE, 2006). Se establece que se expondrá la Economía como una ciencia social en evolución. Para la enseñanza de la asignatura se dispondrá de libros de texto específicos, junto con materiales audiovisuales y adicionalmente se acompañará de algún paquete informático, como hojas de cálculo, y el acceso, a través de Internet, a bases de datos relevantes. La tendencia en nuestro país ha sido, sin embargo, que los libros de texto sean el recurso más empleado e incluso en algunos casos el único.

Se aprecia en general en los libros de texto de bachillerato un marcado sesgo conceptual que sitúa a veces las referencias económicas más cerca de un alumno universitario que de uno de Bachillerato, con lo que no se tienen en cuenta las dificultades que los alumnos de estas edades más tempranas tienen a la hora de asimilar los conceptos. En este sentido podemos comprobar, que los textos de Economía de primer curso de bachillerato, tienen una estructura casi idéntica a la de cualquier manual clásico de Introducción a la Economía de primer curso de licenciatura de Economía o Empresa.

Si analizamos los libros de texto de Economía de primer curso de Bachillerato (Mochón, 2002), vemos que las primeras unidades se dedican al análisis microeconómico, donde se estudian los agentes y sistemas económicos junto con el funcionamiento del mercado, para a continuación plantear un análisis macroeconómico sobre las magnitudes nacionales (contabilidad nacional), para posteriormente dedicar una parte final al análisis del dinero y los sistemas financieros, junto con una breve descripción de economía internacional y análisis de la Unión Europea.

En el segundo curso de Bachillerato, dentro de la asignatura de Economía y Organización de Empresas, se aborda el estudio de la empresa como unidad económica de producción de bienes y servicios, en el complejo engranaje del sistema socio-económico. Esta materia estudia la empresa y las distintas funciones que desarrolla, desde el punto de vista de su propio funcionamiento en la planificación, la definición e implementación de estrategias, la toma de decisiones y la introducción de aquellas modificaciones que le permitan dar respuesta ágil y oportuna a los constantes cambios del entorno en el que se desarrolla su actividad y de las innovaciones tecnológicas. Cabe destacar, la importancia cada vez mayor que se da dentro de los libros de texto de esta asignatura, al tema de la Responsabilidad Social Corporativa (Alfaro, 2004), tan importante al día de hoy para las empresas.

En estos manuales de Organización de Empresas (Casani, 2000), se empieza analizando la empresa como unidad de producción, para posteriormente ver los diferentes aspectos de la empresa: comercial, financiero, marketing, recursos humanos, planificación estratégica y desarrollo tecnológico. En definitiva, existe un objetivo claro que es que el alumno llegue a comprender y valorar críticamente informaciones sobre hechos relevantes en el ámbito empresarial.



La formación económica y didáctica del profesorado de bachillerato es un problema de mayor envergadura y de una enorme complejidad. Gran parte del profesorado que imparte hoy en día clases en Bachillerato no ha estudiado ninguna materia de economía, sino que en su mayoría son licenciados en Geografía e Historia. Este hecho ha limitado y sigue limitando en gran medida la impartición de la formación económica a los alumnos de Bachillerato.

Podemos concluir que el camino seguido por los estudios y libros de texto de economía dentro del bachillerato español, se ha ido perfilando a lo largo de siglo y medio siguiendo el ritmo y los cambios establecidos por las diferentes legislaciones educativas, ya que de representar sólo algún apartado o cuestión de análisis secundario dentro de las áreas de Geografía, Historia o Derecho, poco a poco ha ido ganando terreno y adquiriendo una entidad propia e independiente, gracias a la percepción cada vez mayor por parte de la población y de los legisladores, de la necesidad de estudiar estos conceptos, por su gran importancia en la vida cotidiana.

Bibliografía

- Alfaro Jiménez, J. (2004), *Economía y organización de empresas: Bachillerato*, Madrid, Mc Graw-Hill.
- Apel, H. y Arteaga, L. (1986), "La geografía en un currículo de ciencias sociales", *Neocrítica*, 61, 5-32.
- Aragón Sánchez, A (2003), *Economía y organización de empresas: Bachillerato: Humanidades y ciencias sociales*, Madrid, Bruño.
- Arroyo, M (2002), *Economía: 1º Bachillerato*, Madrid, Akal.
- BOE nº 238. Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE) 1/1990 de 3 de octubre
- BOE nº 253. Real Decreto 1179/1992 de 2 de octubre.
- BOE nº 106. Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de educación (LOE).
- Carbonell I. y Font, E. (1999), *Economía: Bachillerato*, Barcelona, Teide.
- Casani Fernández de Navarrete, F (2002), *Economía: Bachillerato: humanidades y ciencias sociales*, Madrid, Editex.
- Casani Fernández de Navarrete, F (2003), *Economía y Organización de empresas: Bachillerato: humanidades y ciencias sociales*, Madrid, Editex.
- Colino Suegras, J (2003), *Economía: Bachillerato: humanidades y ciencias sociales*, Madrid, Bruño.
- Cuerdo Mir, M y Freire Rubio, MT (1997), *Introducción a la Microeconomía. Comportamientos, intercambio y mercados*, 2ª ed Madrid, ESIC
- Delegación Nacional de la Sección Femenina de FET y de las JONS (1945), *Manual de Economía Doméstica*, Madrid.
- Díez Sánchez, R (2003), *Economía: Bachillerato*, Valencia, Edebé.
- Díez de Castro, E (2003), *Economía y organización de empresas: Bachillerato*, Madrid, Anaya.
- Freire Rubio, MT y Blanco Jiménez, FJ (2006), *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*, 2º ed. Madrid, ESIC.
- Freire,MT; Alonso,MA; Blanco,FJ; González-Blanch,M (2004), *Cuestiones Básicas de Macroeconomía*, Madrid, ESIC.
- Fuentes Quintana,E y Velarde Fuertes,J (1959), *Política económica*, Madrid, Doncel
- García Hernández, F (2006), *Guía de economía: 2º Bachillerato*, Murcia, DM.
- Gutiérrez, A y Pulido,A (2004), *Economía: Bachillerato*, Madrid, Anaya.



- López del Castillo, M.T. (1982), *“Planes y programas escolares en la legislación española”* Bordón, pp. 242 y 243, 127-202.
- Méndez, R. (1997), *Geografía económica*, Barcelona, Ariel.
- Mochón Morcillo, F (2002), *Economía: 1 Bachillerato*, Madrid, Santillana.
- Mochón Morcillo, F (1996), *Economía*, Madrid, McGraw-Hill.
- Proyecto Curricular: Bachillerato: Economía 1 y Economía y Organización de empresas 2*, (1998) Madrid, Editex.
- Sánchez Gimeno, MR (2003), *Economía y organización de empresas: Bachillerato*, Sevilla, Guadiel.
- Sanguesa Orti, J (2000), *Economía: Bachillerat LOGSE. Guía Didáctica*, Madrid, Mc Graw-Hill.
- Travé González, G. (2001), *Didáctica de la economía en el bachillerato*, Síntesis educación, Madrid.
- Tugores Ques, Juan (2005), *Cambio 1: Economía: Bachillerato, primer curso: humanidades y ciencias sociales*, Barcelona, Vicens-Vives.
-

M^a Teresa Freire Rubio

Profesora del Área de Economía en ESIC Business & Marketing School

Libro de más reciente publicación:

Freire Rubio, M.T. y Blanco Jiménez, F.J. (2006), *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*, 2^a ed, ESIC, Madrid.



Capítulo 2

REVISIÓN DE LA LITERATURA ECONÓMICA SOBRE EMPRENDIMIENTO





2.1. Introducción

Esta investigación trata de arrojar luz, entre otras cosas, acerca de la conveniencia de destinar ayudas públicas a las empresas incipientes, conocidas con su nombre inglés de *start-ups*, y estudiar cómo sería posible canalizar este fomento de la innovación a través de las universidades. Para ello analizaremos la tradición de ayuda a las empresas nacientes a través de las principales líneas de pensamiento económico, una vez concluida la conveniencia de un tipo concreto de actuación pública en este tipo de empresas centramos nuestra investigación en delimitar las variables que perfilan a un emprendedor como sujeto subvencionable para concluir con una propuesta universitaria concreta destinada a un alumnado predispuesto al emprendimiento y que le permita desarrollar las capacidades necesarias para llevar a buen puerto una idea original.

Primero de todo, llevamos a cabo una revisión de la literatura en relación con este tema. Tenemos la intención de demostrar que los principales autores de la escuela clásica de pensamiento económico tuvieron intuiciones viables sobre esta cuestión. Desde Adam Smith, la creencia racional de que existe libertad en el comercio internacional hace que los países sean más ricos, siguiendo con la idea de que cada individuo, empresa o nación debe buscar la fuente más barata de suministro. El segundo argumento vino de Smith, el comercio ha sido considerado como la consecuencia del incremento en la productividad de las empresas, y este sería el origen de la riqueza de las naciones. Cuando una empresa produce más de lo que vende, debido a la extensión de la división del trabajo, la empresa tiene que buscar nuevos clientes y nuevos mercados en el exterior. Señala Adam Smith en el Capítulo 3 del Libro I de su *Riqueza de las Naciones*:

“Así como la capacidad de intercambiar da lugar a la división del trabajo, así la profundidad de esta división debe estar siempre limitada por la extensión de esa capacidad, o en otras palabras por la extensión del mercado. Cuando el



mercado es muy pequeño, ninguna persona tendrá el estímulo para dedicarse completamente a una sola ocupación, por falta de capacidad para intercambiar todo el excedente del producto de su propio trabajo, por encima de su consumo, por aquellas partes que necesita del producto del trabajo de otras personas”³⁰

Lawrence H. White en su obra *El choque de ideas económicas* señala, en referencia a la opinión de Smith respecto a las industrias nacientes:

“Smith señaló que para justificar la inversión en recursos en la protección de la industria naciente, los rendimientos futuros de la industria deberían ser iguales o superiores a los rendimientos que se pudieran obtener en inversiones alternativas. Smith admitió el supuesto de que la ventaja de costes de un país avanzado en una determinada línea de fabricación puede deberse no a sus recursos naturales, sino a una tecnología más avanzada que puede ser adoptada a un cierto coste por otro país. La ventaja eventual de pasar por un periodo de aprendizaje no llegará a compensar el coste inicial, afirmó Smith, si el periodo de aprendizaje requiere de protección arancelaria. La inversión en la industria emergente incentivada por un arancel desvía el capital de otras industrias que de otro modo obtendrían mayores ganancias. Smith da a entender que si los rendimientos esperados de la inversión en la industria naciente fueran realmente iguales o superiores a los rendimientos de inversiones alternativas, entonces los inversores privados no necesitarían ningún arancel³¹.”

La cuestión es si el Estado debe ayudar a las empresas a aumentar su producción con el fin de incrementar sus mercados (domésticos y exteriores), y cuándo debe comenzar esta ayuda. Esta es la relación entre el Estado y el

³⁰ Smith, (1994:49)

³¹ White (2015: 446)



comercio internacional, un punto de partida de nuestra investigación, y esta es la razón por la que el comercio haya sido un problema recurrente en la teoría de la economía.

Para escribir este análisis histórico, tratamos de enmarcar la teoría económica relacionada con las ayudas estatales y las empresas de nueva creación, donde nuestra ambición no es ampliarla al comercio internacional, y por ello nos ceñiremos a la microeconomía. A pesar de que nuestro análisis se realizará bajo el punto de vista de la microeconomía, hay que hacer referencia a los comienzos de la teoría de la protección. Estos orígenes tienen lugar en el comercio internacional, por lo que tomamos este análisis como una referencia, pero no como el centro de nuestra investigación.

Tomaremos como punto de partida en nuestra revisión, lo expuesto por Richard Cantillon, en referencia al papel que desempeña el empresario dentro del sistema económico, para continuar con Jean Baptiste Say, quien recoge las ideas de Richard Cantillon, y su teoría del comercio internacional, y conectar esta teoría con John Stuart Mill en su teoría de las industrias infantiles. Otro autor que consideramos apropiado tener en cuenta en nuestro estudio es Alfred Marshall y su teoría de la industria naciente. Marshall vincula la teoría del comercio internacional a la teoría de la competencia nacional, lo que permite apoyar a las empresas, mientras que acaban de nacer y necesitan algo de ayuda, la cual debía ser escasa y transitoria. A sabiendas de que la competencia natural entre las empresas de la misma industria debe tender a atraer a nuevos competidores, esta circunstancia hace reducir el precio de venta de productos para las empresas ya instaladas en la industria.

Es relevante señalar que desde la publicación de los *Principios de Economía* de Marshall (Marshall, 1963), el análisis microeconómico comenzó a ser considerado relevante en la economía como una ciencia, y el estudio de la microeconomía como disciplina fue separado de otras ramas del análisis económico. Esa es la conexión entre el comercio internacional y la protección de las industrias nacientes, la lucha por la reducción de impuestos y otros instrumentos desarrollados para impedir el libre comercio de bienes entre los países. Es la piedra angular del liberalismo como escuela de pensamiento



económico, incluso algunos autores muy liberales han aceptado algún tipo de protección a las industrias nacientes. Podemos utilizar el mismo argumento para apoyar que, incluso en un marco de competencia interna en un país, la protección de las empresas nacientes merece ser considerada como excepcional.

En el caso de las incubadoras universitarias, necesitaremos un argumento adicional para apoyar la conveniencia de ponerlas a la práctica y el uso del dinero necesario. Este argumento es conocido como la teoría del “capital humano” y la difusión del conocimiento. El autor que modela esta idea es Robert Lucas en 1988, siguiendo las teorías de Gary Becker.

2.2 Los orígenes de la teoría del empresario y de las industrias nacientes

Iniciamos nuestro repaso y revisión de la literatura con las aportaciones de Richard Cantillon, cuyas ideas tuvieron una importante repercusión sobre los Fisiócratas del siglo XVIII. Cantillon, será un autor a caballo entre la época mercantilista y la época liberal que le sucedería. En el análisis objeto de nuestro estudio, nos interesa este autor, desde el punto de vista de haber sido uno de los primeros en tratar el perfil y comportamiento del empresario emprendedor.

Cantillon pensaba en la economía como un conjunto interrelacionado, constituido por partes que funcionaba de un modo racional, esto es, una visión newtoniana de la economía (Ekelund, 1991). Esto significaba para él que la economía se ajustaba constantemente a los cambios, siendo, a su juicio, el motor de este proceso de ajuste la persecución egoísta del beneficio, es decir, el sistema tiende al ajuste por el libre juego de los empresarios egoístas, por lo que para él, el mercado funciona mejor sin interferencias del Gobierno. Por ello destacamos que uno de los temas más importantes tratados por Cantillon, es el papel fundamental y la importancia del empresario en la actividad económica. El



conjunto de sus aportaciones aparece recogido en su obra *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, publicada en 1755 en originales circunstancias, lo cual está en línea con su consideración de “hombre misterioso de la economía” (Ekelund, 1991).

Dentro de la estructura jerárquica que Cantillon confiere al sistema económico, los empresarios ocupan el estrato medio en la jerarquía pero desempeñando un papel vital ya que serán ellos los que continuamente reaccionarán ante los cambios en los precios del mercado, para conseguir equilibrar oferta y demanda.

Para Cantillon, la actividad empresarial es la esencia de la competencia y al igual que Adam Smith, concibe la competencia como un proceso de rivalidad entre aquellos que compiten por los mismos clientes y en su obra señala, a la hora de plasmar en qué puesto de su estructura jerárquica estarían los empresarios, lo siguiente:

“Cabe afirmar que si se exceptúan el príncipe y los terratenientes, todos los habitantes de un Estado son dependientes, que pueden, éstos, dividirse en dos clases: empresarios y gente asalariada; que los empresarios viven, por decirlo así, de ingresos inciertos, y todos los demás cuentan con ingresos ciertos durante el tiempo que de ellos gozan, aunque sus funciones y su rango sean muy desiguales. El general que tiene una paga, el cortesano que cuenta con una pensión y el criado que dispone de un salario, todos ellos quedan incluidos en este último grupo. Todos los demás son empresarios, y ya se establezcan con un capital para desenvolver su empresa o bien sean empresarios de su propio trabajo, sin fondos de ninguna clase, pueden ser considerados como viviendo de un modo incierto; los mendigos mismo y los ladrones son ‘empresarios’ de esta naturaleza”³²

³² Cantillon (1978)



En definitiva para Cantillon, no existen demasiados requisitos para convertirse en “empresario”, eso sí, la base de la actividad empresarial está en asumir el riesgo.

Siguiendo el orden cronológico, continuemos ahora con las propuestas presentadas por Say a principios del siglo XIX, en su *Traité d'économie politique* (Say, 1803). Say recogerá en sus escritos gran parte de las ideas de Richard Cantillon. Su primera idea fue escribir acerca de los efectos de las normas de gestión cuyo objetivo era influir en el sistema de producción. J.B. Say en el capítulo XVII, titulado : “Des effets des règlements de l'administration qui ont pour objet d' influencer sur la production”, escribió:

“L'objet des gouvernements, en cherchant à influencer sur la production, est, ou de déterminer la production de certains produits qu'ils croient plus dignes d'être favorisés que d'autres, ou bien de prescrire des manières de produire qu'ils jugent préférables à d'autres manières” ³³.

Esta cita se refiere a la influencia positiva de los gobiernos en el sistema productivo. Esta idea está relacionada con nuestro estudio debido al hecho de que, en casos especiales, la intervención del estado en la empresa privada, en contra del libre comercio, podría justificarse porque el punto de partida para algunas actividades económicas requiere un poco de ayuda. J. S. Mill tomó esta idea para ser utilizada dentro de su propia teoría, poniendo un énfasis notable en las actividades culturales, la educación y la I + D. Say construyó su teoría suponiendo que las sociedades cambian, y estos cambios tienen que ser incluidos en la intervención estatal en la economía nacional. En sus propias palabras:

“La nature des besoins de la société détermine à chaque époque, et selon les circonstances, une demande plus ou moins vive de tels ou tels produit. Il en résulte que, dans ces genres de production, les services productifs sont un peu mieux payés que dans les autres branches de la production, c'est-à-dire que les profits qu'on

³³ Say (1979:152)



y fait sur l'emploi de la terre, des capitaux et du travail, y sont un peu meilleurs. Ces profits attirent de ce côté des producteurs, et c'est ainsi que la nature des produits se conforme toujours naturellement aux besoins de la société"³⁴.

Desde el principio de la economía como ciencia, la intervención de los Estados en las actividades privadas suelen ser aceptadas. Esta intervención debe ser clara, escasa y justificada de manera precisa. Existen múltiples razones para apoyar esta idea, pero para nuestro trabajo estamos utilizando sólo dos: ayudar a las empresas nacientes durante un tiempo corto (un año) y la difusión del conocimiento de la universidad a la sociedad civil.

2.3. El argumento de la industria naciente de John Stuart Mill

John Stuart Mill publicó en 1848 su libro *Principios de Economía Política* (Mill, 1848), en cuya obra en el Libro V, capítulo I, titulado "De las funciones del gobierno en general", Mill escribió su doctrina de la protección a la industria naciente, a raíz de lo expuesto por Jean Baptiste Say:

"From the necessary functions of government, and the effects produced on the economic interests of society by their good or ill discharge, we proceed to the functions which belong to what I have termed, for want of a better designation, the optimal class; those which are sometimes assumed by governments and sometimes not, and which it is not unanimously admitted that they ought to exercise"³⁵.

John Stuart Mill no es considerado un defensor de la intervención estatal en la economía, sobre todo en el sector privado. Aun así, Mill describe algunas

³⁴ Say (1979:153)

³⁵ Mill (1965: 913)



circunstancias especiales que se deben considerar como excepcionales, llegando incluso a ser muy permisivo en este sentido en algunos temas, y este es el caso al que nos referimos en nuestro estudio.

Teóricamente, la protección genera pérdidas para el país debido al exceso del precio pagado por los habitantes sobre el precio del bien si se importara. Sin embargo, se describe que los materiales e instrumentos de producción son susceptibles de ser protegidos excepcionalmente, debido a que son requeridos por el sistema económico mismo.

El argumento de la defensa de los casos excepcionales a proteger no es exactamente viejo. Tradicionalmente se defendió que el libre comercio genera trabajo para la mano de obra extranjera, en lugar del trabajo doméstico. J. S. Mill escribió que lo que el libre comercio viene a significar es:

“That the alternative is not between employing our own people and foreigners, but employing one class and another of our own people”³⁶.

J. S. Mill también argumentó que:

“The only case in which, on mere principles of political economy, protecting duties can be defensible is when they are imposed temporarily in hope of naturalizing a foreign industry, in itself perfectly suitable to the circumstances of the country [...] but only a present superiority of acquired skill and experience”³⁷.

Algunas páginas más adelante en su obra, Mill continuó su argumentación con especial atención al hecho de que la “industria naciente”, también tiene otras ventajas. Siendo los principales inconvenientes sólo la falta de las habilidades y experiencia; Mill amplía su argumento para incluir las ventajas naturales y señala que las inversiones en puertos son probablemente temporales y sólo merecen ser protegidos provisionalmente.

³⁶ Mill (1965: 915)

³⁷ Mill (1965:918)



A modo de conclusión podemos decir que la protección a la industria nacional ya había sido considerada por la Escuela Clásica. Esta es una buena razón para tener en cuenta que hay algunas excepciones sobre el libre comercio dentro de la cuna del liberalismo como corriente de pensamiento económico.

2.4 Alfred Marshall: Industrias nacientes y el largo plazo

No sería adecuado escribir acerca de las excepciones en el comercio libre, o la libre competencia, sin ningún tipo de referencia a Alfred Marshall. Este autor nos proporciona la conexión entre la tradición británica del liberalismo y los casos particulares en que debe ser aceptada algún tipo de protección. En su libro, *Principios de Economía* escribió sobre “the industries that are yet in an early stage of development or are rapidly changing their form”³⁸, y también acerca de la protección de las industrias nacientes. Marshall mantuvo:

“But even there the policy is apt to be wrenched from its proper use, to the enrichment of particular interests: for those industries which can send the greatest number of votes to the poll, are those which are already on so large a scale, that a further increase would bring very few new economies. All of course the industries in a country so long familiar with machinery as England is, have generally passed the stage at which they can derive much real help from such protection: while protection to any one industry nearly always tends to narrow the markets, especially the foreign markets, for other industries”³⁹.

Por otra parte, Marshall señala la manera de establecer un paralelismo entre la teoría del comercio internacional y la microeconomía, porque la misma idea desarrollada por Mill acerca de las habilidades y ventajas podría ser redefinida

³⁸ Marshall (1948:158)

³⁹ Marshall (1948:465)



como “rendimientos a escala”. No importa la forma en que los competidores lleguen a su mercado interno o en el exterior, la competencia debido a la creciente oferta conduce a la caída de los precios en el largo plazo. El argumento de Marshall era, utilizando sus propias palabras:

“For so long as the normal demand remains unchanged an increased supply can be sold only at a diminished price: but the fall of price consequent on a given increase of supply will be much greater in some cases than in others”⁴⁰.

Teniendo en cuenta el argumento citado anteriormente, consideramos que algún tipo de protección a las industrias nacientes podría ser una buena manera de promover nuevas empresas. A pesar de que la ruta de la competencia natural tiende a reducir los precios, o eliminará las empresas ineficientes, en nuestra opinión, ayudar y proteger a las empresas *start-ups*, sólo por un año, merece ser considerado por las políticas públicas y también con recursos públicos, donde algunas universidades lo están haciendo. Incluso en el caso en que los emprendedores de estas empresas incipientes deben ser estudiantes de negocios, las incubadoras universitarias parecen una forma razonable de formar hombres de negocios, y ayudarles a adquirir habilidades y destrezas necesarias, para afrontar la creación de la nueva empresa con mayor conocimiento.

En este sentido, nuestra línea de argumentación debe ser la siguiente: la difusión del conocimiento entre la sociedad podría comenzar en las universidades y escuelas de negocios, y los estudiantes deben tener la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula. Para desarrollar esta idea, parece muy conveniente tener en cuenta la teoría del capital humano desarrollado por Robert Lucas.

⁴⁰ Marshall (1948:465)



2.5 Hoy en día

A raíz del pensamiento desarrollado por Robert Lucas en los años ochenta del siglo pasado, podemos conectar la teoría del “capital humano” con el fin de mantener que las incubadoras universitarias pueden ser una excelente manera de probar el buen “capital humano”, y al mismo tiempo, expulsar a los empresarios emprendedores que no serán capaces de competir en el mundo real.

La línea seguida por Robert Lucas en su argumentación (Lucas, 1988), es la siguiente:

“That human capital accumulation is a social activity, involving groups of people in a way that has no counterpart in the accumulation of physical capital”⁴¹.

Aunque no es nuestra intención revisar el modelo expuesto por Lucas, usaremos sólo unas pocas notas para entender su argumento. Lucas asume que en un sector privado, compuesto por los hogares y las empresas atomizados, y donde cada agente espera el nivel medio de capital humano, él definió un sistema que tiende al equilibrio, para nuestro propósito: *the ratio of physical to human capital will converge to a value that is independent of initial conditions*⁴². Lucas razonó la decisión de acumular capital humano como equivalente a la decisión de retirarse del esfuerzo de producción para ir a la escuela. Teniendo en cuenta que la acumulación de capital humano es el aprendizaje mediante la práctica, el modelo fue construido como un modelo de acumulación de capital no físico, que implica un sacrificio de utilidades corrientes, con el fin de recoger beneficios futuros. En sus propias palabras:

⁴¹ Lucas (1988:15)

⁴² Lucas (1988:26)



“Given a learning technology, countries accumulate skills by doing what they are already good at doing, intensifying whatever comparative advantage they began with”⁴³.

Dentro de nuestra investigación acerca del origen de la protección a la industria naciente, nos interesa lo expuesto por el autor en este sentido:

“Autarchy will not provide nurture for the infant industry, but will rather permanently cut off the country from consuming the high-learning good. Within the context of this model, then, there is no substance-free way to deduce useful guides for trade and development policies”⁴⁴.

Para nuestra investigación, la teoría del capital humano parece un lugar valioso para confirmar la conveniencia de incubadoras de empresas en las universidades. Esta teoría reconoce que los seres humanos aprenden nuevas habilidades mediante el desarrollo de las mismas, y cuando estas habilidades son intelectuales entonces los centros de aprendizaje, las universidades y escuelas de negocio en nuestro caso, deben abrir nuevos caminos con el fin de enseñar a los estudiantes cómo hacerlo. A pesar de que este método de enseñanza se podría considerar como protección para las nuevas empresas, en detrimento de otras nuevas empresas que desarrollan sus actividades fuera de las incubadoras.

Por último, hay que analizar el coste de oportunidad de la aplicación de esta teoría, el dinero público que se gasta y las ganancias posibles. En este caso, dentro de la teoría de los fallos del mercado, aceptada en la UE desde 1958 (Norderman, 2008), sería aceptable y necesaria incluso, algún tipo de política de la competencia hasta que las empresas crezcan lo suficiente para sobrevivir en el “mundo real”. Además de que la reducción de los costes iniciales hace disminuir también el riesgo empresarial y anima a nuevos individuos a promover nuevas empresas, siendo aquí donde la aparición de las subvenciones a estas iniciativas, no nos parecen perjudiciales.

⁴³ Lucas (1988:33)

⁴⁴ Lucas (1988:34)



En este sentido, el debate sobre la posibilidad o no de subvencionar estas actividades es permanente, es más, todo programa de subvenciones a la industria siempre ha sido criticado en gran medida, por las posibles argucias de los protegidos para intentar seguir recibiendo la subvención. Desde nuestro punto de vista, el apoyo inicial por parte del sector público a las iniciativas emprendedoras es beneficioso, pero visto este apoyo no únicamente como una financiación, si no visto como un apoyo logístico: facilitarle los medios para la puesta en marcha del negocio.

Aquí es donde las incubadoras y viveros de empresa juegan a nuestro juicio un importante papel, siempre con un marco temporal de permanencia en ellos corta. Estos viveros, ligados en su mayoría al sector público, sirven como palanca de ayuda y arranque al emprendedor⁴⁵, el cual una vez analizada y vista la viabilidad de su proyecto, pasa a instalarse en este vivero hasta un máximo de 3 años, periodo que se considera óptimo para la maduración del proyecto. Durante este periodo, la iniciativa emprendedora cuenta con el apoyo de diferentes instituciones: universidades, entidades financieras, etc. y lo más importante, con la subvención por parte del sector público de los gastos necesarios para poder poner en marcha la idea inicial. En definitiva, este apoyo estatal es en muchos casos básico, para permitir el inicio de muchos de estos proyectos, planteándose siempre a un espacio temporal corto (máximo 3 años) y no como una forma de supervivencia.

En el caso de España y debido en gran medida a la elevada tasa de paro mantenida en nuestra economía desde el inicio de la actual crisis, se ha impulsado desde el gobierno el apoyo a las iniciativas emprendedoras, destinando más recursos a las mismas y apoyando la aparición de nuevos viveros de empresa, para orientar e impulsar el emprendimiento. Es más, tras las medias adoptadas por el gobierno español estos dos últimos años, en cierta medida podríamos decir que una de las ideas principales que se transmiten es “la necesidad de emprender”, siendo una de las principales manifestaciones de esta idea la elaboración de la primera ley de emprendedores en España: Ley

⁴⁵ De Pablos y Blanco (2013:23)



14/2013 de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

No es aconsejable crear una empresa pensando que se va a financiar con una subvención. Pero sí existen muchas ayudas, como las que se conceden para el inicio de la actividad, que normalmente se otorgan a personas desempleadas inscritas como demandantes de empleo, siempre que se establezcan como trabajadores autónomos o por cuenta propia. También cabe hablar de las ayudas concedidas por la Dirección General de la Pyme para emprendedores y pymes; los microcréditos para emprendedores y empresarias; la línea EBT (Línea de Empresas de Base Tecnológica) para las pymes cuyo objeto sea el desarrollo de productos procesos o servicios de base tecnológica; la línea Pyme para proyectos promovidos por pymes que contemplen la modernización de su estructura productiva y de gestión; las del ICO (Instituto de Crédito Oficial); y las que ofrecen las sociedades de garantía recíproca.

Junto a estas opciones, cada vez es más frecuente la llamada “financiación en masa” o “crowdfunding”, también denominada financiación colectiva, microfinanciación colectiva y micromecenazgo, donde uno de sus objetivos es la financiación del nacimiento de compañías o pequeños negocios. Esta opción de patrocinio privado, a nuestro juicio la mejor opción, en el caso de España aún no está muy extendida.

Independientemente de que se esté más o menos de acuerdo con este planteamiento, creemos que el papel que desempeña este tipo de subvención pública a través de los viveros tiene un efecto positivo y las ganancias o beneficios para la sociedad y economía española a largo plazo, consideramos que serán mayores que los costes en los que puede estar incurriendo el sector público al financiar dichas instituciones.

Por tanto, a nuestro juicio, el papel que la Administración debe desempeñar en este ámbito es el dar incentivos, pero sobre todo, el favorecer el Marco Institucional que ampare el desarrollo de las iniciativas emprendedoras, donde la creación de centros de emprendimiento para dar servicios y formación a los mismos, así como el flujo de financiación desde la Administración, han sido algunas de las medidas adoptadas para crear este ambiente o impulso al



emprendimiento desde el sector público. En definitiva, el marco institucional es muy importante pero haciendo que se cumplan las reglas, que sean pocas, que funcione la justicia, disminuyendo los costes de transacción y que asegure un entorno que favorezca la iniciativa emprendedora.

También de acuerdo con la teoría de los fallos del mercado, podemos analizar la externalidad más relevante y positiva, es decir, las nuevas empresas creadas por los alumnos. Este es el principal argumento desarrollado por los autores Thomas Astebro y Bazzazian Navid⁴⁶, quienes afirman que la enseñanza en iniciativa empresarial es una buena manera de persuadir a los estudiantes y los animan a dirigir nuevas empresas, técnicamente “emprendimiento”. Y ese es el enfoque que las universidades podrían liderar; esta externalidad: la creación y el desarrollo de “modelos de intención”⁴⁷. Por ejemplo, Global Incubator es una empresa española que desarrolla software capaz de dar un primer indicador de una empresa de éxito, sólo con un plan de negocios realista, el software muestra las ventajas y debilidades de la empresa antes de nacer.

2.5.1. El papel de las incubadoras de empresas: la creación de empleo.

Hoy en día, los principales estudios sobre este tema se están llevando a cabo en los EE.UU., y allí es donde ponemos nuestra atención, en estudios como los de la NBIA (National Business Incubation Association). David Monkman (Presidente y CEO de NBIA) escribió un interesante artículo en el año 2010 titulado: “Business Incubators and their Role in Job Creation” (Monkman, 2010) y en este trabajo tratamos de resumir las ideas más importantes del mismo para nuestro estudio. En nuestro trabajo, tomamos el punto de vista de David Monkman y tratamos de aplicarlo al caso de España, intentando explicar las ideas principales de su estudio.

Una de las ideas principales señaladas en estos estudios, es que las incubadoras de negocios desempeñan un papel vital en la creación de empleo, la

⁴⁶ Astebro y Bazzazian (2010)

⁴⁷ Astebro y Bazzazian (2010)



recuperación económica y el desarrollo económico en esta época de desafíos y oportunidades.

Creemos, al igual que David Monkman, que es fundamental reconocer la capacidad de las incubadoras de empresas para comercializar nuevas tecnologías y ayudar a la creación de nuevos puestos de trabajo. La incubación de negocios es un modelo probado para el desarrollo económico y el desarrollo empresarial, y es ampliamente practicado en todo el mundo.

Creemos también que cualquier estímulo o una legislación de creación de empleo es necesaria antes de destinar los fondos operativos para la incubadora de empresas. Los programas de incubadoras de empresas ofrecen un marco único para permitir a los empresarios el acceso a los recursos a través de la incubadora de negocios en su comunidad, colegios y universidades locales, y otros programas de asistencia a las empresas para ayudarles a desarrollar las habilidades de negocios que necesitan para crecer empresas de éxito que pueden ayudar a su vez en un entorno de economías en dificultades.

Además de eso, los programas de incubadoras de empresas de todo el mundo desempeñan un papel importante en la estimulación del crecimiento económico en las comunidades locales. Debido a que estos programas proporcionan la ayuda necesaria a las empresas jóvenes en sus primeras etapas de desarrollo “cuando son más vulnerables” los viveros de empresas aumentan sus posibilidades de éxito poniendo a su disposición una amplia gama de asistencia empresarial.

Esta ayuda a las empresas representa la esencia de las incubadoras de empresas. De hecho, la calidad de los servicios de asistencia a las empresas ofrecidos por la incubadora, el personal y los proveedores externos de servicios, tendrá un impacto directo al éxito en los clientes de la incubadora. La gama de servicios ofrecidos por los programas de viveros de empresas depende del tipo de clientes atendidos. Pero, básicamente, todos los servicios están destinados a reforzar el conocimiento del negocio, del equipo, de gestión de los clientes y mejorar su comprensión del mercado de la empresa y las necesidades de financiación.



NBIA⁴⁸ ha identificado tres características que distinguen a una incubadora de empresas:

- 1) El programa debe tener la misión de proporcionar ayuda a las empresas de reciente creación.
- 2) Se deberá contar con personal que ofrece y / o coordina la asistencia de negocios para las empresas clientes.
- 3) Debe ser diseñado para conducir a las empresas hacia la autosuficiencia. Las empresas suelen permanecer en un programa de incubación de dos a tres años, si bien las empresas de biotecnología, que suelen tener una investigación y ciclo de desarrollo más largo, a veces pasan más tiempo en una incubadora. Después de ese tiempo, los clientes de las incubadoras pueden salir de las instalaciones de la propia incubadora; en muchos casos, a otros servicios locales que se alquilan, compran o se construyeron a tal fin. Para hacer funcionar los programas con éxito, el personal de la incubadora debe expulsar a las empresas que no cumplan con los puntos de referencia, o que no pueden prosperar o cumplir otros criterios de graduación.

Si echamos un vistazo a la historia de las incubadoras de empresas, este tipo de industria ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos 30 años, pero la primera incubadora de empresas comenzó hace más de 50 años en Nueva York:

“In the case of the United States, by 1980, there were 12 to 15 incubators operating in the country – all of them in the industrial Northeast, Middle Atlantic or Midwest regions. Since then, the industry has grown to include more than 1,100 incubation programs in the United States alone and more than 7,000 worldwide”⁴⁹.

La individualización de los programas de incubación de Estados Unidos significa que hay una gran variedad de tipos de incubadoras, de los métodos de financiación y de las calidades de unos programas respecto a otros. De hecho, el carácter emprendedor de la industria de la incubación de negocios de EE.UU.

⁴⁸ Monkman (2010:3)

⁴⁹ Monkman (2010:3)



está marcado por los diferentes tipos de incubadoras que han comenzado allí. Desde el punto de vista económico, el efecto más importante de los viveros de empresas es la creación de empleo.

Con la ayuda de los servicios específicos de asistencia empresarial, los empresarios están mejor preparados para convertir sus innovaciones e ideas de negocio, en las nuevas empresas que tienen una probabilidad mayor que el promedio de alcanzar el éxito.

Posteriormente NBIA publicó como Business Incubation Works el informe que emana de esta investigación, el cual reveló que los programas de incubación de empresas crean nuevos puestos de trabajo, con un coste en subsidios bajo y un alto retorno de la inversión. El coste estimado del subsidio público por puesto de trabajo creado fue de 1.109 \$.

Otras conclusiones importantes del estudio en el que se evaluaron empresas incubadoras, graduados, administradores y grupos de interés, muestran la eficacia de las incubadoras de empresas del siguiente modo:

- Las incubadoras de empresas experimentan un crecimiento muy saludable. Por ejemplo, el promedio de crecimiento anual de las ventas por empresa fue de 239.535 \$.
- La mayoría de los graduados que está trabajando en incubadoras proporciona beneficios y empleos.
- Los programas de incubación contribuyen también al éxito de sus empresas clientes y a la expansión de los recursos de la comunidad empresarial.
- Los programas de incubación de empresas mejoran la imagen de la comunidad local.

A pesar de que la incubación de empresas es todavía una industria relativamente nueva, los programas de todo el mundo han acumulado impresionantes resultados que demuestran que las incubadoras desempeñan un importante papel en el fomento del crecimiento económico y la creación de puestos de trabajo. Por ejemplo, NBIA calcula que sólo en 2005, las incubadoras



norteamericanas ayudaron a la creación a más de 27.000 empresas que proporcionaron empleo a tiempo completo para más de 100.000 trabajadores y generaron unos ingresos anuales de más de 17 mil millones de dólares. NBIA también recoge que las investigaciones muestran que por cada dólar de fondos públicos dedicados a la incubadora, se generaron aproximadamente 30 dólares en ingresos por impuestos locales.

“In the case of Europe, NBIA estimates there are more than 1,800 business incubation programs today. The European Commission provides funding to nearly 160 business incubation programs, referred to as “Business Innovation Centres.” In 2008, the EC invested just over \$8,500 for each job created by a BIC. As referenced previously, the cost per job created by business incubators in the United States tends to be much lower. Based on statistics from incubation associations in the United Kingdom and Germany, there are more incubation programs per capita in these nations than there are in the United States”⁵⁰.

2.5.2. Implicaciones políticas

La red nacional existente de programas de incubación de negocios puede ayudar a los empresarios en el desarrollo de nuevos negocios, lo cual puede motivar que muchos estadounidenses vuelvan a trabajar. Pero mientras que los programas de incubadoras de empresas tienen un historial comprobado de ayudar a las empresas a tener éxito, se puede hacer aún más para asegurarse que estos instrumentos de desarrollo económico son más eficaces. Para ello, NBIA ha desarrollado un conjunto de recomendaciones de política para que las considere el Congreso Estadunidense y continúa investigando formas de estimular la creación de empleo en los Estados Unidos.

Recomendaciones de política, específicas de negocio de incubación⁵¹:

⁵⁰ Monkman (2010:5)

⁵¹ Monkman (2010:7)



- ✓ Ampliar el alcance de los programas federales de financiación para apoyar las incubadoras. En la actualidad, los fondos federales para programas de incubación se centran casi exclusivamente en los ladrillos y el mortero, o sea las propias instalaciones. Pero las incubadoras con éxito ofrecen mucho más que un espacio compartido. Es importante considerar también formas de proporcionar financiación operativa a las incubadoras, consistentes en desarrollar programas innovadores y siguiendo las mejores prácticas de la industria; lo que les permita ofrecer servicios continuos de la expansión a las empresas de alto crecimiento.
- ✓ Asegurarse de que las incubadoras siguen las mejores prácticas. También es necesario considerar maneras de proporcionar fondos adicionales para ayudar a incubadoras a crear nuevos puestos de trabajo, pero esos fondos no deben darse sin restricciones y responsabilidad. La investigación NBIA ha demostrado que los programas de incubación que se adhieren a los principios y mejores prácticas de incubación de negocios con éxito, generalmente superan a los que no lo hacen. Para asegurarse de que las incubadoras están haciendo el mejor uso de los fondos públicos que reciben, en nuestra opinión, los programas de incubación que reciben fondos federales deben ser necesariamente para aplicar las mejores prácticas de la industria y sirven como modelos dinámicos de las operaciones comerciales sostenibles y eficientes, como ellos esperan que hagan sus clientes. Además, NBIA ha encontrado que las redes que animan a la colaboración entre las incubadoras desempeñan un papel importante en su éxito, por lo que apoyamos la construcción de la capacidad de las asociaciones estatales de incubación y desarrollo de redes de proveedores de servicios de negocios que pueden ser utilizados por los miembros, dentro de cada estado.
- ✓ Las medidas de resultados estandarizadas para toda la industria. Para evaluar si las incubadoras que reciben fondos federales están alcanzando sus metas, se debe considerar el uso de las formas de



control del retorno de la inversión, exigiendo programas que reciban el apoyo del público para recoger los datos acerca de su programa, los clientes y los graduados de un modo regular. La cuantía de los impuestos pagados por las empresas clientes y sus empleados, el número de empleos creados por los clientes de incubadoras y graduados, y otros datos similares podrían utilizarse como medidas de la rentabilidad de la inversión pública creada por los programas de incubación.

Recomendaciones complementarias de política:

- Mejorar el apoyo estatal, regional y nacional para el financiamiento de capital semilla, ángel y de capital riesgo.
- Considerar el gasto y la aplicación de políticas que ayuden a fomentar la innovación y reducir los costes para los nuevos negocios de alto crecimiento.
- Alentar a los receptores de la investigación federal a establecer acuerdos de colaboración con los programas de incubación de empresas que operan en su región.
- Comprometer fondos de alcance para ayudar a emprendedores primerizos a preparar una serie de propuestas competitivas para financiación SBIR / STTR.
- Asegurarse de que los servicios sean apropiados y el espacio esté disponible para los graduados dentro de la incubadora y otras empresas de la segunda fase. Para todas las comunidades en las que operan los programas de incubación.





Apéndice 3

The Debate concerning political aids to “Infant” Companies⁵²

⁵² Freire y Rosado (2011). En el año 2011 en la Conference of the European Society for the History of Economic Thought (ESHET) celebrada en Estambul (Turquía) entre el 19 y 21 de mayo, organizada por Bogazici University, presentamos un estudio introductorio sobre el debate de las industrias nacientes dentro del análisis del pensamiento económico, que trascribimos a continuación y que fue la base de la ponencia en el congreso y apareció recogido en las Actas del Congreso, el Abstract de la conferencia.

Este estudio introductorio fue el punto de partida de toda esta investigación, y en concreto el tratamiento de este apartado de revisión de la literatura dentro del pensamiento económico dio lugar a una mejora y ampliación del mismo, que se concretó en una nueva ponencia presentada en Lisboa en diciembre de 2013 en la 8th Conference of the Iberian History of Economic Thought Association, bajo el título: De la Teoría de las empresas nacientes de J.S. Mill y A. Marshall, al emprendimiento moderno.



Conference of the European Society for the History of Economic Thought (ESHET)

19-21 May 2011 BOGAZICI UNIVERSITY, Istanbul, Turkey

TITLE: THE DEBATE CONCERNING POLITICAL AIDS TO 'INFANT' COMPANIES

Authors:

Ana Rosado Cubero. UCM. Spain

arosado@ccee.ucm.es

M^a Teresa Freire Rubio. ESIC. Spain

teresa.freire@esic.es

Abstract

From the origins of the industrial revolution there has been a controversy about the role of the state helping or protecting companies, mainly at the beginning of their activities, the so-called infant industries question. This paper discusses this controversy from the point of view of the History Economic Thought. The origins of infant industry protection will be found in the Classical School. Smith, Ricardo and Mill all wrote about the convenience of helping newly set-up firms.

One of the reasons for protecting an infant industry is to stimulate the learning effects that will improve productive efficiency. Furthermore, these learning effects might spill over into the rest of the economy as managers and workers open new businesses or move to other industries in the economy. To the extent that there are positive spill over or externalities in production, although firms are unlikely to take account of these in their original decisions. Thus, if left alone firms might produce too little of these types of goods and economic development would proceed less rapidly, if at all.

The economic reasons for these arguments are for instance, employment, more development, less poverty, GDP increase and rise of competitive position in the international trade

On the other hand, more liberal schools of thought oppose any kind of state assistance; according to them protection of new companies tends to uncompetitive markets, and prices above the equilibrium. Long term survival therefore cannot be guaranteed for those companies which appear into these special conditions. In other words, if favourable conditions end the majority of these companies will disappear.

The aim of this paper is to confirm that political regulation and state aids work in favour of the emergence of new firms, long term survive for these firms cannot however be guaranteed.

JEL. B-21, M-13

Keyword: Infant industry, Start-ups, History of Economics Thought, Incubator



Introduction

This paper is the beginning of a more ambitious research project about the convenience of the states help start-ups companies. First at all, we conducted a survey about the literature relating to this topic. We intended to demonstrate that the main authors of the classical school of economic thought had workable intuitions on this issue. Ever since Adam Smith, the rational belief exists that freedom in the international trade makes nations richer, following the idea that every individual, company or nation should seek the cheapest source of supply. The second argument came from Smith, but especially from John McCulloch, trade has been considered the consequence of the overproduction, and this would be the origin of the wealth of nations. When a company produces more than it sells, due to the extension of the labour division, this firm has to look for new clients and so it has to widen the domestic market.

The point is whether the state should be helping companies to increase their production in order to rise markets (both, domestic and outside), and when this help should begin. This is the connexion between state and international trade, the starting point for our research, and this is the reason why trade has been a recurrent problem in economics theory.

In order to write this paper, we tried to put into a frame the economic theory related to state aids and start-ups companies; out of the international trade ambition, just in microeconomics. Despite our analysis will be made under the point of view of microeconomics, we must refer to the beginnings of the protection theory. These origins take place in the international trade and therefore we took this analysis as a reference but not as the core of our framework.

We will begin with Jean Baptiste Say and his international trade theory; secondly we will connect this theory with John Stuart Mill within his infant industries theory. Another author who could be appropriate for our frame is Alfred Marshall and his nascent industries theory; Marshall links the international trade theory to the domestic competition theory, which allows us to support that while



companies are just born, they will need some help, scarce and transitory. Despite the fact that the natural competence among firms within the same industry should tend to attract new competitors, these circumstances reduce the product selling price for incumbents in the industry.

It should be relevant to smoke out that since The Marshall's Principles, microeconomic analysis began to be considered relevant in economics as a science; and the study of microeconomics as a discipline was separated from other economic fields. That is the connection between the international trade protection and infant industries; the fight to reduce taxes and others instruments developed to impede the free trade of goods among countries, is the cornerstone of liberalism school of thought, but even some extremely liberalist authors accepted some kind of protection for infant industries. We can use the same argument to support that, even in a domestic competition frame into a country, protection for nascent companies deserves to be exceptionally considered.

In the case of university incubators we will need an extra argument to support the convenience of putting into practice and using public expenses. This argument is the theory of "human capital" and the diffusion of knowledge. The author who modelled this idea is Robert Lucas in 1988, following the theory of Gary Becker.

The origins of the infant industries' theory

Following a chronological order, we will begin our paper with the proposals made by J. B. Say at the beginning of the nineteenth century within his book entitled *Traité d'économie politique* (1803). His first idea was to write about the effects of the administration rules whose objective was to influence the production system. J. B. Say in Chapter XVII, entitled "Des effets des règlements de l'administration qui ont pour objet d'influer sur la production" wrote that:

"L'objet des gouvernements, en cherchant à influer sur la production, est, ou de déterminer la production de certains produits qu'ils croient plus dignes d'être favorisés que d'autres, ou bien de



prescrire des manières de produire qu'ils jugent préférables à d'autres manières »⁵³.

That quote made a reference to the positive influence of governments in the productive system. This idea is connected to our research due to the fact that in especial cases the intervention of state in private business, contrary to the traditional free trade, could be justified because the starting point for some economic activities requires some help. J. S Mill took this idea to be used within his own theory, making a remarkable emphasis on cultural activities, education and R&D. J.B. Say built his theory assuming that societies change, and these changes have to be included in the state intervention on national economy, in his own words:

“La nature des besoins de la société détermine à chaque époque, et selon les circonstances, une demande plus ou moins vive de tels ou tels produit. Il en résulte que, dans ces genres de production, les services productifs sont un peu mieux payés que dans les autres branches de la production, c'est-à-dire que les profits qu'on y fait sur l'emploi de la terre, des capitaux et du travail, y sont un peu meilleurs. Ces profits attirent de ce côté des producteurs, et c'est ainsi que la nature des produits se conforme toujours naturellement aux besoins de la société »⁵⁴.

Since the beginning of the economy as a science, the intervention of states in private activities can be accepted. This intervention must be clear, scarce and precisely justified. There exist multiple reasons to support this idea, but for our paper we are using just two: to help infant companies for a short time (one year) and the diffusion of knowledge from the university to the civil society.

The infant industry argument of John Stuart Mill

John Stuart Mill published in 1848 his *Principles of Political Economy*, in Book V, chapter I, titled “Of the functions of Government in General”, Mill wrote

⁵³ Say, JB. [1802] (1979). *Traité d'économie politique*. pp. 152.

⁵⁴ Say, JB. Pp. 153.



his doctrine of protection to native industry, following the root of Jean Baptiste Say:

“From the necessary functions of government, and the effects produced on the economical interests of society by their good or ill discharge, we proceed to the functions which belong to what I have termed, for want of a better designation, the optimal class; those which are sometimes assumed by governments and sometimes not, and which it is not unanimously admitted that they ought to exercise”

⁵⁵.

John Stuart Mill is not considered an advocate of state intervention in economy, especially in private business. Even so, he described some special circumstances that must be considered as exceptional, and this is the case that concerns this paper.

Theoretically, protection generates losses to the country due to the excess of price paid by inhabitants over the price of the good were it to be imported. However, he described that materials and instruments of production are susceptible to be protected exceptionally, because they are required by the economic system itself.

The argument to defend exceptional protecting cases is not exactly old; it defended that free trade generates foreign labour instead of domestic labour. J.S. Mill wrote that free trade means:

“That the alternative is not between employing our own people and foreigners, but employing one class and another of our own people”⁵⁶.

J.S. Mill also argued that:

“The only case in which, on mere principles of political economy, protecting duties can be defensible, is when they are imposed temporarily in hope of naturalizing a foreign industry, in itself perfectly suitable to the circumstances of the country [...] but only a present superiority of acquired skill and experience”⁵⁷.

⁵⁵ Mill, JS., [1848] (2006). *Principles of Political Economy*, pp. 913.

⁵⁶ Mill, JS., *ibid* pp. 915.

⁵⁷ Mill, JS., *ibid* pp. 918



Some pages later, Mill continued his line of argument paying special attention to the fact that the “infant industry” also has other advantages to afford. Being the main disadvantages only skills and experience; Mill broadens his argument to include natural advantages and points out that carriage costs are probably temporary and only deserve to be provisionally protected.

By way of conclusion we can say that protection to the national industry had already been considered by the Classical School. This is a good reason to bear in mind that there were some exceptions about the free trade within the birthplace of liberalism as line of economic thought.

Alfred Marshall: Nascent Industries and The Long Run

There is not adequate to write about exceptions in free trade, or free competition, without any Alfred Marshall’s words about the subject. Marshall provides us the connexion between the British tradition of liberalism and the peculiar cases in which some kind of protection must be accepted. In his book, *Principles of Economics* (1890), he wrote about “the industries that are yet in an early stage of development or are rapidly changing their form”⁵⁸ and also about protection of nascent industries. Marshall wrote:

“But even there the policy is apt to be wrenched from its proper use, to the enrichment of particular interests: for those industries which can send the greatest number of votes to the poll, are those which are already on so large a scale, that a further increase would bring very few new economies. All of course the industries in a country so long familiar with machinery as England is, have generally passed the stage at which they can derive much real help from such protection: while protection to any one industry nearly always tends to narrow the markets, especially the foreign markets, for other industries”⁵⁹.

Furthermore, Marshall offers the way to establish a parallelism among the international trade theory and microeconomics, because the same idea

⁵⁸ Marshall, A. [1890] (1948). *Principles of economics of industry*, pp. 158

⁵⁹ Marshall, A. [1890] (1948). *Principles of economics of industry*, pp. 465



developed by Mill about skills and advantages could be redefined as “returns to scale”. It doesn’t matter the way in which competitors reach your market, domestic or outside, the competition due to the increasing supply leads to the fall of prices in the long run. The argument of Marshall was, using his own words:

“For so long as the normal demand remains unchanged an increased supply can be sold only at a diminished price: but the fall of price consequent on a given increase of supply will be much greater in some cases than in others”⁶⁰.

Taking into account the argument cited above, we consider that some kind of protection for infant industries could be a good way to promote new companies. Despite that the natural competition path tends to reduce prices, or to kill the inefficient companies, in our opinion helping and protecting start-ups companies, just for one year, deserves to be considered for public policy and also using public resources as some universities are doing. Even in the case where the entrepreneurs of these nascent firms should be business students, university incubators look like a reasonable way to form businessmen. We don’t presume that this argument is preach to the choir, we think that the argument must be tested and confirmed.

In this sense, our line of argument should be the next: the diffusion of knowledge among the society could begin in the universities and students should be given the opportunity of putting into practice the knowledge acquired within the classroom. In order to develop this idea, it seems quite convenient to take into account the theory of human capital developed by Robert Lucas.

Nowadays

Following the root of thought developed by Robert Lucas in the eighties of the past century, we can connect the theory of “human capital” in order to maintain that university incubators could be an excellent way to test the good “human capital”, and at the same time expelling the entrepreneurs who will not be able to compete in the real world.

⁶⁰ Marshall, A. [1890] (1948). Principles of economics of industry, pp. 465



Lucas' line of argument is the following:

“That human capital accumulation is a social activity, involving groups of people in a way that has no counterpart in the accumulation of physical capital”⁶¹

Although it is not our intention to revise Lucas' model, just a few notes in order to understand his argument. Lucas assumed that in a private sector, consisting of atomistic households and firms, and when each agent expected the average level of human capital, he defined a system that tends to equilibrium; for our purpose, “the ratio of physical to human capital will converge to a value that is independent of initial conditions”⁶². Lucas reasoned the decision to accumulate human capital as equivalent to the decision to withdraw effort from production to go to school. Keeping in mind that all human capital accumulation is learning-by-doing, the model was built as a non-physical capital accumulation model, which involves a sacrifice of current utility in order to collect future profits. In his own words:

“Given a learning technology, countries accumulate skills by doing what they are already good at doing, intensifying whatever comparative advantage they began with”⁶³.

Within our research and the source of protection of infant industry, Lucas said:

“Autarchy will not provide nurture for the infant industry, but will rather permanently cut off the country from consuming the high-learning good. Within the context of this model, then, there is no substance-free way to deduce useful guides for trade and development policies”⁶⁴.

For our purpose, the theory of human capital seems a worthwhile frame to confirm the convenience of business incubators at the universities. This theory

⁶¹ Lucas, R. (1988), On the mechanics of economic development, pp. 15

⁶² Lucas, *ibid.*, pp. 26

⁶³ Lucas, R. (1988). On the mechanics of economic development, pp. 33.

⁶⁴ Lucas, R. *ibid* pp. 34



accepts that humans learn new skills by developing them, and when these abilities are intellectual then the learning centres, universities in our case, must open new paths in order to teach them how to do it; even though this teaching method could be considered as protection for new companies in detriment of new firms that develop their activities out of incubators.

Finally, we should analyse the monetary cost of the implementation of this theory, the public money that would be spent and the possible earnings. In this case, within the theory of market failure⁶⁵, in force in the E.U. since 1958, it is acceptable, and even needed, some kind of competition policy, until firms grow up enough to survive in the “real world”. In this sense, we have to consider the possibility that “distorted competition” due to infant companies could be solved by way of a temporary incubator, and the reduction in starting costs lowers business risk and encourages new people to promote new companies.

Also in accordance with the theory of market failure, we can analyze the most relevant and positive externality⁶⁶, that is, the start-ups created by students. This is the main argument developed by Thomas Astebro and Navid Bazzazian, they affirm that teaching entrepreneurship is a good way to persuade students and drive them to create new companies, technically start-ups. And that is the approach that universities could lead this externality, creating and developing “intention models” in evaluating entrepreneurship education research⁶⁷. For instance, Global incubator is a Spanish company that develops software able to give a first proxy for a successful company, just with a realistic business plan, the software shows the advantages and weakness of the unborn firm.

The role of the Business Incubator: Jobs Creator

Nowadays, the main studies on this subject are being conducted in the USA, and there is where we put our focus, in studies such as those of the NBIA (National Business Incubation Association). David Monkman (President & CEO

⁶⁵ Nordeman, R. (2008), State Aid in the EU, economic and legal aspects, pp. 12

⁶⁶ We realize that one the most important Universities' externality is R&D and researcher incentives, both are spinoffs focus on the role of university policies.

⁶⁷ Astebro, T and Bazzazian, N. (2010) Students start-ups and local economic development



of NBIA) wrote a very interesting paper: “Business Incubators and their Role in Job Creation”⁶⁸ (2010) and in this paper we try to summarize the most important ideas for our study.

In our paper, we take David Monkman’s point of view and apply it to the case of Spain, trying to explain the main ideas of his study.

One of the main ideas we agree with, is that business incubators play a vital role in job creation, economic recovery and economic development during this time of challenge and opportunity. We believe, like David Monkman, that it is critical to acknowledge the ability of business incubators to commercialize new technologies and help creating new jobs. Business incubation is a proven model for economic development and enterprise development and is widely practiced around the world.

We believe too that any stimulus or job creation legislation is necessary before taking operational funds for business incubation into account. Business incubation programs are uniquely positioned to allow entrepreneurs access to resources through the incubator, business community, local colleges and universities, and other business assistance programs to help them develop the business skills they need to grow successful firms that can help turn around struggling economies

In addition to that, business incubation programs throughout the world play an important role in stimulating economic growth in local communities. Because these programs provide needed assistance to young firms at their earliest stages of development – when they’re most vulnerable – business incubators increase their chances of success by providing them with a broad range of business assistance.

This business assistance represents the essence of business incubation. In fact, the quality of the business assistance services offered by incubator staff

⁶⁸ Monkman, D. (2010) *Business Incubators and their role in Job creation*



and outside service providers will directly impact the success of the incubator's clients. The range of services offered by incubation programs depends on the type of clients served. But basically, all services are aimed at strengthening the business knowledge of the clients' management team and sharpening its understanding of the company's market and financing needs.

NBIA⁶⁹ has identified three characteristics that distinguish a business incubator:

- 1) The program must have a mission to provide business assistance to early stage companies.
- 2) It must have staff that delivers and/or coordinates business assistance to client companies.
- 3) It must be designed to lead companies to self-sufficiency. Companies usually stay in an incubation program for two to three years, although biotech firms, which often have a longer research and development cycle, sometimes spend more time in an incubator. After that time, incubator clients graduate and move out of the incubator facility – in many cases into other local facilities that they lease, purchase or build. To operate successful programs, incubator staff must expel clients that don't achieve benchmarks or who fail to thrive or meet other graduation criteria.

If we take a look at the history of the business incubation, this kind of industry has experienced rapid growth over the last 30 years, but the first business incubator started more than 50 years ago in New York.

“In the case of the United States, by 1980, there were 12 to 15 incubators operating in the country – all of them in the industrial Northeast, Middle Atlantic or Midwest regions. Since then, the industry has grown to include more than 1,100 incubation programs in the United States alone and more than 7,000 worldwide”⁷⁰.

The individualization of US incubation programs means that there is wide variation in incubator types, funding methods and quality from one program to the next. In fact, the entrepreneurial nature of the US business incubation industry is marked by the many different types of incubators that have started here. From an economic point of view the most important effect of the business incubators is the job creation.

⁶⁹ Monkman, D. (2010), *Business Incubators and their role in Job creation*, pp. 3

⁷⁰ Monkman, D. (2010) *ibid*, pp. 3



With the help of targeted business assistance services, entrepreneurs are better prepared to turn their innovations and business ideas into successful new ventures that have a greater-than-average chance of success.

Subsequently published by NBIA as *Business Incubation Works*, the report emanating from this research also revealed that business incubation programs create new jobs for a low subsidy cost and a substantial return on investment. The estimated public subsidy cost per job created was \$1,109.

Other important findings of the study – which enlisted incubator companies, graduates, managers, and stakeholders – show how effective business incubators are:

- Incubator companies experience very healthy growth. For example, the average annual growth in sales per firm was \$239,535.
- Most incubator graduates provide employee benefits.
- Incubation programs contribute to their client companies' success and expand community entrepreneurial resources.
- Business incubation programs improve local community image.

Although business incubation is still a relatively new industry, programs around the world have racked up impressive results that demonstrate the important role incubators play in stimulating economic growth and creating jobs. For example, NBIA estimates that in 2005 alone, North American incubators assisted more than 27,000 start-up companies that provided full-time employment for more than 100,000 workers and generated annual revenue of more than \$17 billion. NBIA also points to research showing that every dollar of public funds devoted to an incubator generates approximately \$30 in local tax revenue.

“In the case of Europe, NBIA estimates there are more than 1,800 business incubation programs today. The European Commission provides funding to nearly 160 business incubation programs, referred to as “Business Innovation Centres.” In 2008, the EC invested just over \$8,500 for each job created by a BIC. As referenced previously, the cost per job created by business incubators in the United States tends to be much



lower. Based on statistics from incubation associations in the United Kingdom and Germany, there are more incubation programs per capita in these nations than there are in the United States”⁷¹.

Policy Implications

The nation's existing network of business incubation programs can assist entrepreneurs in growing new businesses that can help put many Americans back to work. But while business incubation programs have a proven track record of helping new businesses succeed, more can be done to ensure that these economic development tools are most effective. To that end, NBIA has developed a set of policy recommendations for you to consider as Congress continues to investigate ways to stimulate job creation in the United States.

Specific business incubation policy recommendations⁷²:

- Widen the scope of federal funding programs to support incubators. Currently, federal funding for incubation programs focuses almost exclusively on bricks and mortar – the facilities themselves. But successful incubators provide much more than shared space. It's important to consider ways to also provide operational funding for incubators committed to developing innovative programming and following industry best practices, which will allow them to provide continued and expanded services to high-growth companies.
- Ensure that incubators follow best practices. It's also necessary to consider ways to provide additional funding to help incubators create new jobs, but those funds should not come without restrictions and responsibility. NBIA research has consistently shown that incubation programs that adhere to the principles and best practices of successful business incubation generally outperform those that do not. To ensure that incubators are making the best use of the public funds they receive, it's our opinion that incubation programs receiving federal funding should be required to implement industry best practices and serve as dynamic models of sustainable, efficient business operations – much like they expect their clients to do. Also, NBIA has found that encouraging networking and collaboration among incubators plays a

⁷¹ Monkman, D. (2010) *ibid*, pp. 5

⁷² Monkman, D. (2010) *ibid*, pp. 7



role in their success, so we support building the capacity of state incubation associations and developing networks of business service providers that may be used by members within each state.

- Standardized outcome measures across the industry. To assess whether incubators that receive federal dollars are reaching their goals, it must be considered implementing ways to monitor return on investment by requiring programs that receive public support to collect the data about their program, clients and graduates on a regular basis. The amount of taxes paid by client firms and their employees, the number of jobs created by incubator clients and graduates, and other similar data points could be used as measures of the return on public investment created by incubation programs.

Complementary policy recommendations:

- Improve state, regional and national support for seed, angel and venture capital funding
- Consider spending and taxing policies that help foster innovation and reduce costs for new high-growth businesses
- Encourage recipients of federal research and contracting dollars to form collaborative agreements with business incubation programs that operate within their region
- Commit outreach funds to help first-time entrepreneurs prepare a competitive proposals for SBIR/STTR funding
- Ensure that appropriate services and space are available for incubator graduates and other second-stage companies in all communities where incubation programs operate

Conclusions

To the purpose of this paper, we can argue that the first link between international trade-infant industries could be extended to incumbents-new enters within the same industry. In light of this argument, the state aids to incubators could be justified; in our opinion, this is just a first step, the next step would have to be connecting state aids with economic development. The main reason to support it will be funded in the fact that state aids, in the end, have been considered as waste of money. Our argument to defend public expenses to promote incubators should be based on the fact that university incubators generate synergies in two different ways; firstly because they increase hiring labour and that means economic development; secondly, it would be convenient



to consider that incubators would be an excellent tool to teach new entrepreneurs. Offering the students all the necessary information about successful business plans, classified by activities, cities, countries, etc. seems to us an excellent idea.

References

- Adkins, D. (2002) *A Brief History of Business Incubation in the United States*. NBIA Publications,
- Astebro, T. and Bazzazian N. (2010). Student Start-ups and local economic development. Proceedings of DRUID Conference, London.
- Boyd, K (2006) *Developing a Business Incubation Program: Insights and Advice for Communities*. NBIA Publications,
- Cammarata, K (2003) *Self-Evaluation Workbook for Business incubators*. NBIA Publications.
- Cuervo A., Ribero, D y Roig, S (2007). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Bancaja
- Erlewine, Meredith and Ellen Gerl (editors) (2004). *A Comprehensive Guide to Business Incubation, Completely Revised 2nd Edition*. NBIA Publications.
- Erlewine, M. (2007) *Measuring Your Business Incubator's Economic Impact: A Toolkit*. NBIA Publications. (Also available online at www.nbia.org/toolkit.)
- Knopp, L. (2007) *2006 State of the Business Incubation Industry*. NBIA Publications.
- Lucas, R. (1988), On the mechanics of economic development, *Journal of Monetary Economics*, 22: 3-42.
- Marshall, A. [1890] (1948). *Principles of economics of industry*. London: MacMillan and Co.
- Mill, J.S. [1848] (2006). *Principles of Political Economy*, Indianapolis: Liberty Fund.
- Monkman, D. (2010). *Business Incubators and their role in Job creation*. NBIA
- Nordeman, R. (2008). *State Aid in the EU, economic and legal aspects*, Bachelor Thesis. Lund University.
- Say, J.B. [1803] (1972). *Traité d'Economie Politique*, France: Calmann-Levy.



Capítulo 3

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA





3.1 Planificación de la investigación

Una vez definido el objetivo y motivación de nuestra investigación y analizado el marco conceptual y la revisión sobre emprendimiento, acometemos ahora el análisis empírico de nuestra investigación, basado en el uso de herramientas estadísticas a partir de la realización de una encuesta.

En este capítulo, por tanto, se presentan consideraciones acerca de:

- Método científico
- Desarrollo de la investigación mediante encuesta
- Proceso de corroboración de hipótesis
- Aplicación de los puntos anteriores a la investigación

Se desea establecer un paralelismo entre nuestro proceso de investigación y el método científico. Por esta razón, se presenta inicialmente una breve descripción del mismo, de forma completa. Esta forma de proceder nos ayudará a establecer las hipótesis de nuestro trabajo de forma ordenada, así como a planificar la propia investigación y la metodología de análisis que utilizaremos, de los resultados que se obtengan mediante la consideración de ciertas herramientas estadísticas que a continuación de van a describir.

También se destacan ciertas consideraciones de las etapas en el desarrollo de una investigación mediante encuesta según los trabajos de Díaz de Rada (2001), de los tipos de encuesta según su forma de administración según recientes investigaciones del Ayuntamiento de Madrid (2012), de la importancia del tamaño del cuestionario y el interés que el tema presenta al entrevistado según los estudios de Bean y Roszkowski (1995) y atendiendo a la teoría de diseño muestral suficientemente contrastado y utilizada para fijar el tamaño adecuado según un error admisible o probabilístico y un nivel de confianza determinado.

Posteriormente, se presentará un proceso de corroboración de hipótesis de elaboración propia detallando las herramientas estadísticas a utilizar, como son los elementos de estadística univariante y bivalente y la técnica de Análisis



Factorial mediante el análisis en Componentes Principales, siguiendo las directrices de Fernández Nogales (2004), Uriel (1995), Uriel y Aldás (2005), Malhotra (2004) y Pardo y Ruiz (2005).

Según todo esto, se procederá a la modelización de los factores que pueden caracterizar a los futuros emprendedores, previa selección de los mismos, justificando las preguntas que constituirán el cuestionario para la encuesta, así como las variables seleccionadas y el tipo de escala elegida para ellas.

3.1.1 Método científico y su aplicación a la investigación

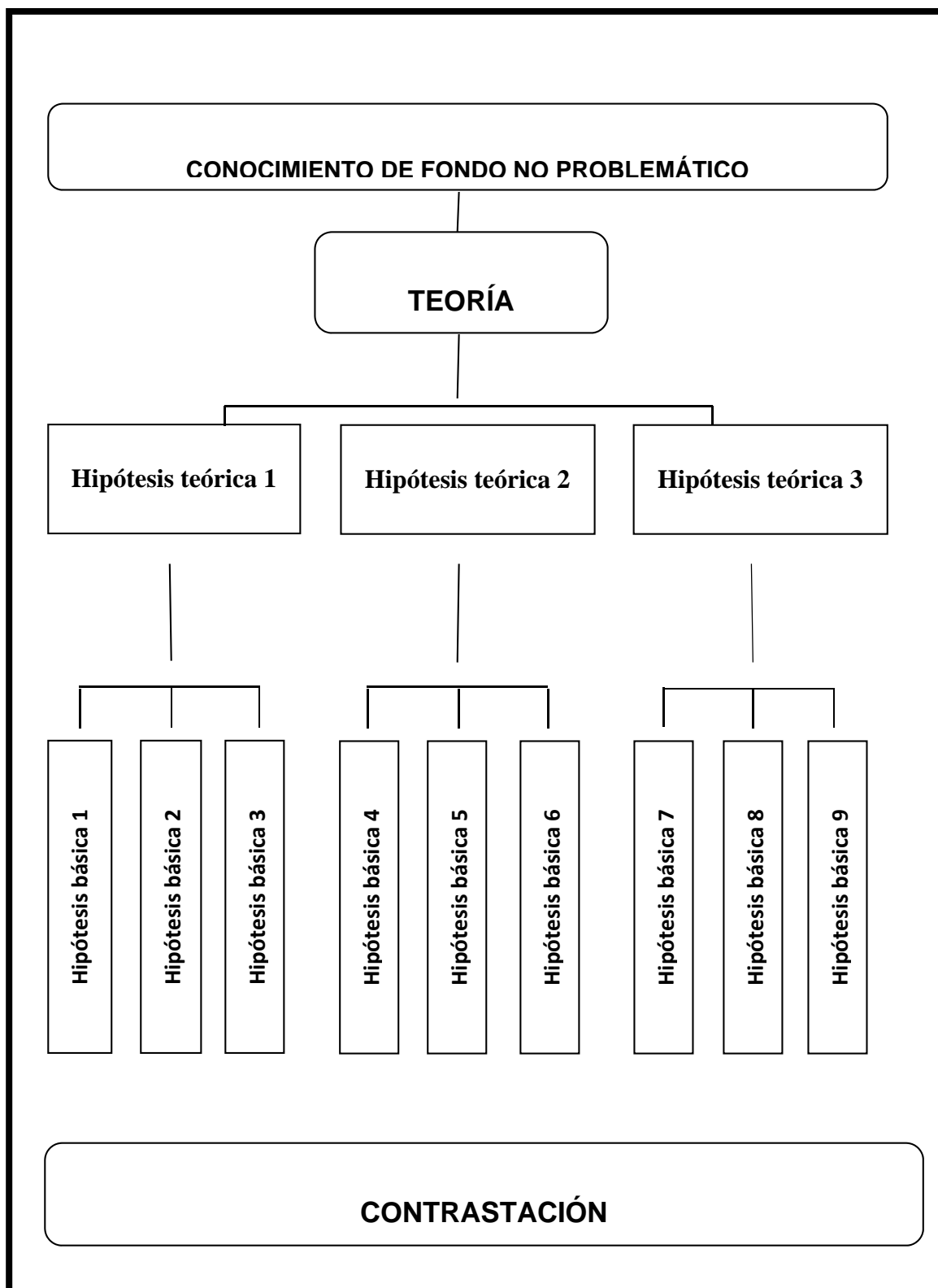
La esquematización gráfica del modelo propuesto de investigación corresponde al método científico, o también denominado “hipotético deductivo”, que presentamos a continuación en el Cuadro 1.

El método científico, también llamado hipotético deductivo, goza de un cierto consenso universal (Martínez Tercero, 2000). Se puede partir de un “conocimiento de fondo no problemático” que está constituido por conocimientos teóricos corroborados y aceptados, no cuestionándose, por tanto, en el transcurso de la investigación planteada, aunque pueden ser utilizados como ayuda a dicha investigación, bien explícita o implícitamente. Después, en una primera etapa, se elabora un “enunciado teórico” o simplemente “teoría”.

Posteriormente, en una segunda etapa, pueden considerarse varias “hipótesis teóricas” relacionadas, precisamente, con la teoría enunciada y que no parecen que puedan ser contrastables siempre directamente. A continuación, en una tercera etapa, se pueden enunciar otras hipótesis denominadas “hipótesis básicas”, a partir de las teóricas anteriores, que constituyen hechos necesarios y observables.



Cuadro 1. Modelo Teórico Propuesto



Fuente: Elaboración propia



En la última etapa deben contrastarse estos enunciados básicos o hipótesis básicas. Deben verificarse mediante la observación y/o la medición. Si se producen podremos decir que las hipótesis teóricas y, este era el objetivo, la teoría ha sido corroborada⁷³.

Para la contrastación de las hipótesis básicas se suelen utilizar diversas teorías y herramientas estadísticas, como muestreo, regresión, análisis factorial y otras. En nuestro caso, se ha optado por diversas opciones que se complementan. En primer lugar, consideramos elementos de estadística descriptiva que nos proporciona una visión primera del estudio. Después, utilizamos varias tablas de contingencia, cruzando información obtenida para distintas variables y, a continuación, un análisis factorial en componentes principales, como se verá y explicará más adelante.

Hemos partido de un proceso de método científico prácticamente completo, es decir, de un conocimiento de fondo no problemático se supone una o varias hipótesis teóricas que se quieren corroborar y que son manifiestas a través de otras hipótesis básicas observables, medibles y contrastables. Muchas veces, el problema consiste en el proceso deductivo de todas estas hipótesis. Es más fácil un proceso simplificado, en el que una única hipótesis teórica da lugar a varias básicas.

En nuestro caso, la hipótesis teórica de partida sería: **“los emprendedores encuentran facilidad si adquieren conocimiento y habilidades mediante la formación y el aprendizaje y cuentan con otras capacidades no adquiridas o innatas”**.

⁷³ No se suele emplear el término “demostrada”. Se dice que la teoría permanece en estado de hipótesis; no se considera verdadera eternamente. Se valora como una aproximación a la verdad.



Las hipótesis básicas serían: **“los emprendedores encuentran facilidad si cuentan con...”**:

HB1: conocimientos adquiridos en la formación de grado y Postgrado

HB2: formación en habilidades directivas

HB3: iniciativa personal para afrontar proyectos

HB4: habilidad de gestión de equipos

HB5: destreza en gestión de conflictos

HB6: capacidad de autocrítica y de asumir fracasos

HB7: capacidad de valoración de éxito/fracaso

HB8: capacidad de detectar oportunidades

HB9: ambiente familiar emprendedor

HB10: formación continua

HB 11: la suma de conocimientos más habilidades

HB 12: perseverancia para el logro de objetivos

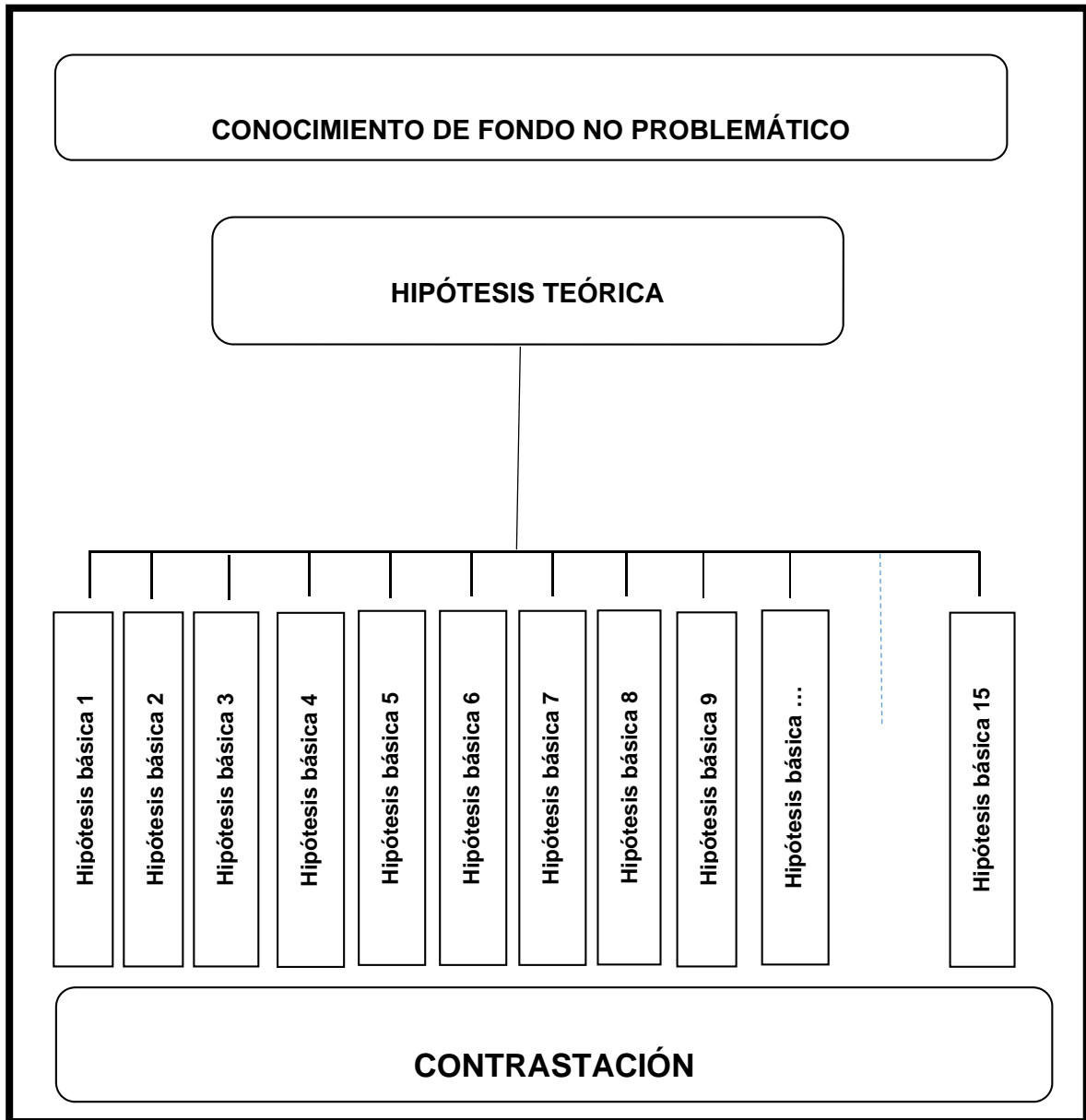
HB 13: capacidad de planificación por objetivos

HB 14: capacidad de generar empatía

HB 15: capacidad de administración de recursos

De esta manera, el esquema quedaría como se ve en el siguiente Cuadro 2.

Cuadro 2. Modelo Teórico Simplificado



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, también es nuestro propósito agrupar estas diferentes hipótesis básicas, variables medibles por una encuesta, en varios factores que mejor sinteticen la información configurando una más breve caracterización de los facilitadores a la hora del emprendimiento.

Por ello, se trata de agrupar diversas variables en pocos factores. Estos factores, precisamente, serán las hipótesis teóricas correspondientes a un modelo



hipotético deductivo completo como el presentado al principio en el cuadro 1. Las hipótesis teóricas HT1, HT2 y HT3 se corroborarán gracias al análisis estadístico multivariante, cuyos resultados se presentan más adelante, aunque anticipamos dichas hipótesis teóricas, en aras de una mejor comprensión del modelo:

- HT1. “CONFIANZA EN SÍ MISMO” (Conocimiento y habilidades proporcionan a los emprendedores una cierta “confianza en sí mismos”)
- HT2. “PROACTIVIDAD” (potencian cualidades personales y profesionales generando una cierta “proactividad”)
- HT3. “PERSEVERANCIA” (inculcan el tesón y la “perseverancia”)

Así, con estas hipótesis teóricas y básicas, el proceso del método hipotético deductivo o científico, quedaría completo, siguiendo el modelo propuesto en el Cuadro 1 al inicio de este capítulo.

3.1.2. Desarrollo de la investigación primaria mediante encuesta

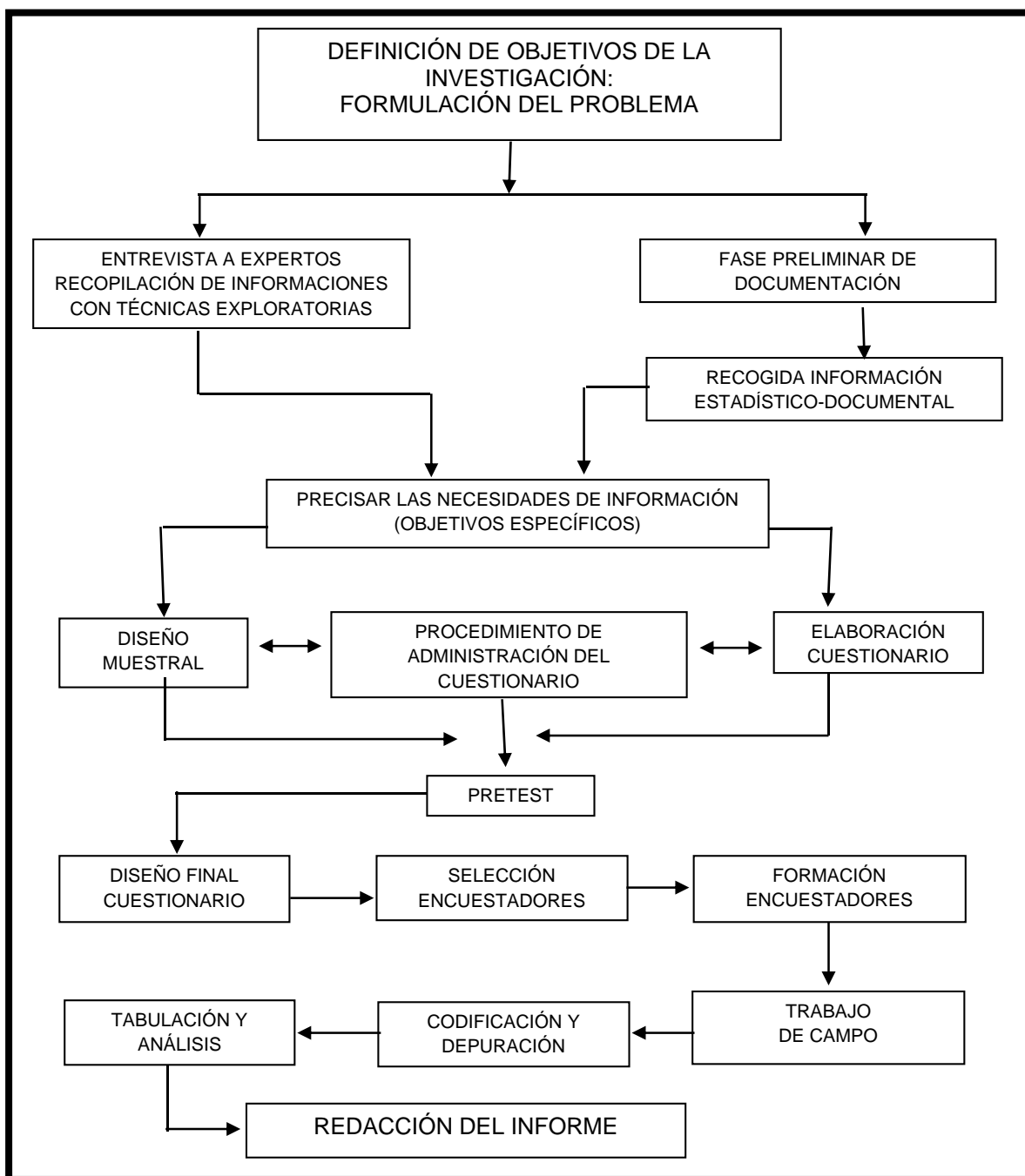
El instrumento de obtención de datos será el cuestionario que se presentará para su cumplimentación a la muestra seleccionada; es decir, utilizaremos el procedimiento de la encuesta o de obtención de información primaria (también, *ad hoc*). En el proceso de búsqueda de información, las fuentes pueden ser secundarias o primarias. Las fuentes de información secundarias proporcionan información ya recogida y elaborada previamente, como son las estadísticas, bibliografía, estudios existentes, etc. Generalmente, para un estudio concreto es necesario recurrir a las fuentes de información primaria, recopilar mediante diversas técnicas de obtención los datos necesarios (Fernández Nogales, 2004) (Días de Rada, 2001).

Seguiremos las etapas sugeridas por Díaz de Rada⁷⁴ y seguidas por Soret⁷⁵ en diferentes trabajos, para el desarrollo de una metodología de investigación mediante la encuesta. Dichas etapas quedan detalladas en el Cuadro 3.

⁷⁴ Díaz de Rada (2010)

⁷⁵ Soret (2008)

Cuadro 3. Etapas en el desarrollo de una investigación mediante encuesta



Fuente: Díaz de Rada (2001)

Una vez definidos los objetivos de la investigación, seguimos la siguiente etapa de realización de entrevistas a expertos en una primera fase exploratoria con la que se pretende precisar objetivos específicos, así como recoger información



secundaria relacionada con nuestro propósito. Posteriormente, se definirá la muestra, un primer cuestionario y el tipo de administración del mismo. En este sentido, autores como Cea⁷⁶ sugieren la recopilación de información adicional mediante técnicas de grupos de discusión y entrevistas en profundidad previas a la identificación de conceptos relevantes, ayudando además a la formulación de hipótesis. Por su parte, otros autores como Grande y Abascal⁷⁷ señalan que la consulta a expertos para la puesta en común de conocimientos es importante, junto con la búsqueda y análisis de información secundaria o el análisis de casos similares. Los tipos de encuesta, según su forma de administración, se presentan en el siguiente Cuadro 4.

Cuadro 4. Tipos de encuesta según su forma de administración

TIPO DE CUESTIONARIO	MÉTODO DE ADMINISTRACIÓN	TIPO DE ENCUESTA
Cuestionario administrado mediante entrevista personal	Entrevista “cara a cara”	Encuesta presencial
	Entrevista telefónica	Encuesta telefónica
Cuestionario autoadministrado	Autorellenado en un lugar determinado	Encuesta autoadministrada
	Remitido por correo tradicional, fax, correo electrónico o a través de internet	

Fuente: Ayuntamiento de Madrid (2012)

⁷⁶ Cea (2009)

⁷⁷ Grande y Abascal (2006)



En nuestro caso, se ha optado por el tipo de encuesta autoadministrada mediante un cuestionario autoadministrado rellenado en un lugar determinado.

Para la elaboración de este cuestionario se ha solicitado la ayuda de expertos, tanto en emprendimiento como en elaboración y análisis de encuestas. Se ha constituido un grupo de expertos con los que se ha organizado una “dinámica” (o *focus group*). También, y especialmente para el tema de emprendimiento, se han realizado diversas “entrevistas en profundidad” con algunos expertos en la materia. Posteriormente, para validar el cuestionario, se ha pasado la encuesta a un pequeño grupo muestral con el objetivo de detectar posibles deficiencias o efectos indeseados. Esta es la etapa de “pretest” tras la cual se elaborará el cuestionario final para, a continuación, administrar dicho cuestionario.

También se han tenido en cuenta las observaciones señaladas en sus trabajos por los autores Bean y Roszkowski⁷⁸ a la hora de elaborar el cuestionario, en relación a la gran importancia de la temática en la colaboración de los entrevistados y la escasa influencia del tamaño del cuestionario. En la primera línea se observa que cuando el tema interesa a los entrevistados, aumentar el cuestionario 16 veces (de 15 preguntas a 240) produce una disminución en la tasa de respuesta del 81% al 53%. Cuando el tema no es interesante para el entrevistado, duplicar el cuestionario (de 69 a 140 preguntas) reduce la colaboración del 32% al 28%. Podemos observar lo anterior a modo de resumen en el Cuadro 5.

⁷⁸ Bean y Roszkowski (1995)



Cuadro 5. Importancia del tamaño del cuestionario y el interés que el tema presenta al entrevistado

IMPORTANCIA DEL TEMA PARA EL ENTREVISTADO	TAMAÑO DEL CUESTIONARIO	
	CORTO	LARGO
Muy importante	15 preguntas 81% tasa de respuesta	240 preguntas 53% tasa de respuesta
Poco importante	69 preguntas 32% tasa de respuesta	140 preguntas 28% tasa de respuesta

Fuente: Bean y Roszkowski (1995)

En cualquier caso, hemos optado por seguir las indicaciones de Díaz de Rada⁷⁹ de realizar cuestionarios con duración media inferior, si es posible, a 30 minutos. Añade Díaz de Rada que en 30 minutos es posible obtener una gran cantidad de información, siempre que el cuestionario esté basado en unas hipótesis claramente especificadas.

Además, otras cuestiones a tener en cuenta a la hora de elaborar el cuestionario, son las siguientes:

- Exposición clara y concisa de los temas a tratar
- Lenguaje a emplear
- Selección de la modalidad de cuestionario a utilizar
- Tipos de preguntas a utilizar
- Elaboración y/o selección de las preguntas y/o test

⁷⁹ Días de Rada (2010)



- Disposición provisional de las preguntas y/o test
- Orden del cuestionario
- Cabeceras y datos del entrevistado
- Estudio de los efectos que se pueden obtener
- Tiempo de duración máxima
- Instrucciones al entrevistador
- Material auxiliar a utilizar
- Análisis de calidad de las preguntas y test

Otro aspecto a considerar es la relación que puede existir entre la “cantidad” y la “calidad” de las respuestas. Así, trabajos como los de los autores Herzog y Bachman⁸⁰ demuestran que en cuestionarios muy largos las últimas preguntas producen una mayor elección de categorías intermedias y, por tanto, una menor elección de las posiciones extremas.

Definido el cuestionario, es necesario realizar una prueba o test de éste con el objetivo de conocer su fiabilidad y validez. Como indican Díaz de Rada⁸¹ y Soret⁸², se entiende por fiabilidad la consistencia en la medida: tras realizar múltiples mediciones de un mismo fenómeno, la puntuación obtenida deberá ser siempre la misma, mientras que la validez se preocupa de conocer hasta qué punto las escalas miden lo que tienen que medir. Es un concepto complejo relacionado con el diseño de la investigación, la definición operativa de los conceptos utilizados, el marco teórico del estudio y la comparación con un criterio externo.

Por otra parte, respecto al análisis de las preguntas, a juicio de Converse y Presser⁸³, el pretest proporciona información referida a diversos aspectos, entre ellos, y en especial:

- Comprobación del *significado* de los términos utilizados. Se trata de comprobar hasta qué punto todas las personas dan el mismo significado a cada una de las palabras de las preguntas,

⁸⁰ Herzog y Bachman (1981)

⁸¹ Díaz de Rada (2001)

⁸² Soret (2008)

⁸³ Converse y Presser (1986)



manteniendo así la estandarización de significado para todos los entrevistados.

- Conocer el *interés* y la *atención* de los entrevistados hacia las preguntas, con el fin de reducir la fatiga y el aburrimiento del entrevistado; también se trata de localizar cuáles son las preguntas o secciones que pueden presentar mayores dificultades a los entrevistados.

Así mismo, es preciso atender a:

- Conocimiento del desarrollo y dinámica de la entrevista, analizando cómo se unen las distintas secciones del cuestionario y cómo se produce el paso de un tema a otro.
- Realizar el mejor orden de las preguntas: hay que asegurarse de que las primeras preguntas no producen influencias en otras preguntas del cuestionario, prestando atención a que este orden debe realizarse de tal forma que unas preguntas no se vean afectadas por otras.
- Por último, conocimiento de las *sensaciones del entrevistado* en función del tipo de temática sobre la que se le pregunta.

En cuanto a los diferentes tipos de muestreo probabilístico, los más utilizados son (Pérez, 2009):

- Aleatorio simple. Todas las unidades tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Puede ser con o sin reposición.
- Estratificado. La población se divide en estratos o grupos donde las unidades de cada estrato tienen características propias.
- Por conglomerados. La población se divide en conglomerados lo más parecidos a la población. La unidad muestral son los conglomerados.



- Sistemático. La población se divide en grupos y se seleccionan las unidades que ocupan una posición aleatoria en cada grupo.
- Bietápico. En una primera fase se selecciona una muestra piloto. En la segunda fase se hace el diseño completo.
- En ocasiones sucesivas. Incluyen un factor tiempo. La muestra puede ser seleccionada en ocasiones sucesivas.

En nuestro caso, dado que la población a investigar son personas individuales y que no existen criterios de estratificación prefijados, la técnica más adecuada es el muestreo aleatorio simple sin reposición.

El siguiente paso consistirá en la determinación del tamaño muestral. En este paso se tendrá en cuenta el tamaño de la población, el error probable o admisible y el nivel de confianza elegido. Respecto al tamaño muestral partiremos de la idea de que nos parece más importante la representatividad que el propio tamaño muestral.

La expresión que nos permite calcular el tamaño muestral “n” es la que se presenta a continuación:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times (1 - P)}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times P(1 - P)}$$

Siendo:

n = tamaño muestral o número de encuestas a realizar.

N = tamaño de la población

Z = Valor de la variable tipificada normal o estadístico de contraste asociado al nivel de significación: 1,96, para un nivel de confianza NC del 95%.

e = error probable o admisible.



P = frecuencia o proporción estimada en el peor de los casos = 0,5 (50%).

La expresión anterior puede simplificarse en el caso de que se trate con una población superior a 100.000 elementos; en este caso se habla de población infinita. La expresión simplificada queda como sigue:

$$n = Z^2 \frac{P \times (1 - P)}{e^2}$$

A partir de la fórmula simplificada anterior, puede calcularse el error probable o admisible, si se parte de un cierto tamaño muestral n y una Z deseada, no teniendo más que despejar e :

$$e = Z \sqrt{\frac{P \times (1 - P)}{n}}$$

En nuestro caso, con $n = 387$, $p = 0,5$ (50%) y $Z = 1,96$ (NC = 95%):

$$e = 1,96 \sqrt{\frac{50 \times 50}{387}} = 4,98\%$$

En el siguiente cuadro (Cuadro 6: Ficha técnica), se presentan las características relevantes a considerar como: el universo, el ámbito geográfico, la actividad general del estudio y otras que constituyen la ficha técnica.



Cuadro 6. FICHA TÉCNICA

UNIVERSO
Estudiantes en ESIC Business&Marketing School en Programas de Postgrado a nivel nacional, de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
ÁMBITO GEOGRÁFICO
Todo el territorio nacional.
DISEÑO DE CUESTIONARIO
El investigador sobre la base de dinámicas de grupos y entrevistas en profundidad con panel de expertos.
TAMAÑO MUESTRAL
387 encuestas.
ERROR MUESTRAL
$\pm 4,98\%$ ($p=q=50$).
NIVEL DE CONFIANZA
95 (1.96 sigma).
DISEÑO MUESTRAL
Muestreo aleatorio simple sin reposición. Consideramos no necesaria una ponderación particular por tener una representatividad similar todas ellas.
TRABAJO DE CAMPO
El investigador. Cuestionario autoadministrado.
FECHA DE REALIZACIÓN
Curso 2012-2013

Fuente: Elaboración propia



3.1.3 Proceso de corroboración de hipótesis

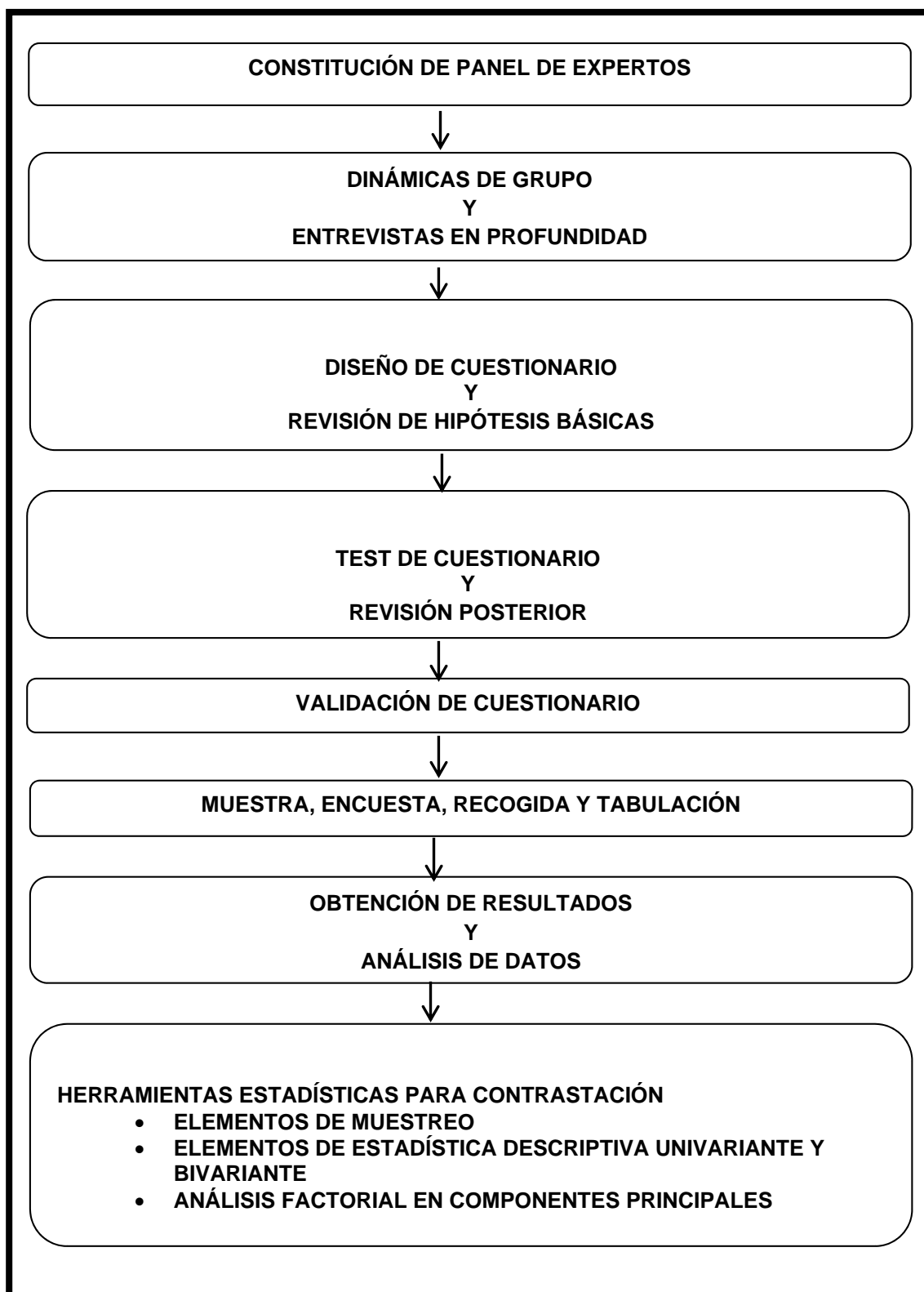
El proceso de corroboración de hipótesis teóricas podemos esquematizarlo en el siguiente Cuadro 7. Como puede apreciarse, este proceso es complementario al proceso anterior descrito en los cuadros 1 y 2 de este capítulo.

La última etapa consiste en la contrastación de las hipótesis básicas mediante ciertas herramientas estadísticas. Estas son:

- Elementos de muestreo
- Elementos de estadística descriptiva univariante
- Elementos de estadística descriptiva bivariante
- Análisis factorial en componentes principales

A continuación, en el Cuadro 7, dada la importancia de su aplicación en nuestro estudio, describiremos el procedimiento de análisis factorial en componentes principales.

Cuadro 7. Proceso de corroboración de hipótesis teóricas



Fuente: Elaboración propia



3.1.4. Análisis factorial en componentes principales

Para el análisis de datos se ha contado con el programa estadístico SPSS y con las estadísticas univariantes y multivariantes. Las técnicas univariantes tratan a las variables de forma independiente, una a una, mientras que las multivariantes o multidimensionales tratan la relación entre todas ellas⁸⁴.

El análisis multivariante comprende un conjunto de métodos estadísticos para realizar el tratamiento conjunto de datos relativos a diversas variables, literalmente a muchas variables de acuerdo con el prefijo *multi*⁸⁵. Dado el número de variables del estudio nos hemos decidido por un análisis multivariante que permita reducir los datos y facilitar la interpretación de los resultados: el análisis factorial en componentes principales, técnica de interdependencia en el sentido que se examina toda la trama de las relaciones interdependientes⁸⁶.

Autores como Pardo y Ruiz⁸⁷ lo expresan del siguiente modo: el análisis factorial sirve para encontrar grupos homogéneos de variables, a partir de un conjunto numeroso de ellas. Dichos grupos homogéneos se forman con las variables que correlacionan mucho entre sí y procurando, inicialmente, que unos grupos sean independientes de los otros. Cuando se recogen un número de variables de forma simultánea, puede interesar averiguar si las preguntas del cuestionario se agrupan de alguna forma característica. Aplicando un análisis factorial a las respuestas de los sujetos se pueden encontrar grupos de variables con significado común y conseguir, de esta manera, reducir el número de dimensiones necesarias para explicar dichas respuestas.

El análisis factorial puede ser exploratorio o confirmatorio. El análisis exploratorio se caracteriza porque no se conoce a priori el número de factores y es en la aplicación empírica, donde se determina este número. Por el contrario, en el análisis de tipo confirmatorio los factores están fijados a priori, utilizándose

⁸⁴ Fernández Nogales (2004)

⁸⁵ Uriel (1995)

⁸⁶ Malhotra (2004)

⁸⁷ Pardo y Ruiz (2005)



contrastaciones empíricas para su corroboración. En general, este método se aplica de forma exploratoria⁸⁸.

Nos parece importante destacar que, a diferencia de lo que ocurre en otras técnicas como el análisis de regresión o el análisis de la varianza, en el análisis factorial no existe una variable dependiente. Todas las variables son consideradas como independientes, que es como decir que no tienen *a priori* una dependencia conceptual de unas sobre otras.

El análisis factorial consta de cuatro fases características (Pardo y Ruiz, 2005)⁸⁹: el cálculo de una matriz capaz de expresar la variabilidad conjunta de todas las variables, la extracción del número óptimo de factores, la rotación de la solución para facilitar su interpretación y la estimación de las puntuaciones de los sujetos en las nuevas dimensiones.

- **COMUNALIDADES**

Una tabla de *comunalidades* permite valorar qué variables están bien explicadas o no, por el modelo elegido. La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido. El método de extracción que actúa por defecto en el programa SPSS es el llamado *análisis de componentes principales*. La tabla de comunalidades puede ser de ayuda, en una primera fase, para saber si el número de factores obtenidos es suficiente para explicar todas las variables incluidas en el análisis y, muy importante, si alguna de las variables pudiera quedar fuera de dicho análisis. El siguiente cuadro (Cuadro 8) expresa las comunalidades de una serie de variables; los resultados no corresponden a ningún análisis concreto sino que se presentan a modo de ejemplo para su descripción.

⁸⁸ Uriel y Aldás (2005)

⁸⁹ El texto de Pardo, A. y Ruiz, M.A. (2005), ha sido nuestra guía para aplicar la técnica del análisis factorial en componentes principales, así como para interpretar los resultados y en él nos hemos basado para la redacción del texto correspondiente.



Cuadro 8. Tabla de Comunalidades

COMUNALIDADES		
VARIABLES	INICIAL	EXTRACCIÓN
Variable 1	1	.68
Variable 2	1	.78
.....	1

Fuente: Elaboración propia

La comunalidad inicial siempre es 1 en el método de análisis factorial en componentes principales, lo que supone que es posible explicar el 100% de la varianza observada. Es precisamente, la varianza de una variable en puntuaciones típicas o normalizadas.

• PORCENTAJE DE VARIANZA EXPLICADA

En la tabla de *porcentajes de varianza explicada* aparecen los denominados *autovalores* de la matriz de varianzas-covarianzas, así como del porcentaje de varianza que representa cada uno. Los autovalores representan la varianza total explicada por cada factor. Los porcentajes de varianza explicada asociados a cada factor se obtienen dividiendo su correspondiente autovalor por la suma de los autovalores, la cual coincide con el número de variables. La extracción de factores se hace, por defecto, considerando aquellos cuyo autovalor es mayor que 1. Después se suma la varianza total explicada por todos ellos. En el cuadro siguiente (Cuadro 9) también aparece la suma de saturaciones al cuadrado, aunque en el procedimiento de componentes principales coinciden con los autovalores, no con otros métodos de extracción de factores. La siguiente tabla no corresponde a ningún análisis concreto sino que se presenta a modo de ejemplo para su descripción.



Cuadro 9. Porcentajes de varianza explicada

PORCENTAJES DE VARIANZA EXPLICADA						
COMPONENTE	AUTOVALORES INICIALES			SUMAS DE LAS SATURACIONES AL CUADRADO DE LA EXTRACCIÓN		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	2.865	40.20	40.20	2.865	40.20	40.20
2	1.933	20.20	60.40	1.933	20.20	60.40
3	1.022	15.15	75.55	1.022	15.15	75.55
4	0.430	3.485	79.035			
.....				
			100%			

Fuente: Elaboración propia

El número máximo de factores que puede extraerse es el número total de variables. Se trata, no obstante, de reducir información, por lo que nunca tomaremos todos los factores extraídos. Generalmente, se toman aquellos de autovalor superior a 1, como ya se ha dicho, aunque si deseáramos una varianza superior explicada (por ejemplo, superior a 75.55 en la figura anterior) necesitaríamos tomar factores de autovalor inferior a 1, lo que no supone ningún problema, siempre y cuando no sean demasiados o siempre y cuando no existan factores de autovalor superior a 1.



- MATRIZ DE COMPONENTES**

La *matriz de componentes*, así llamada en el análisis factorial por componentes principales, es la matriz de la estructural factorial. Proporciona las correlaciones entre las variables originales (también llamadas *saturaciones*) y cada uno de los factores. El aspecto de esta matriz, a modo de ejemplo, es el siguiente:

Cuadro 10. Matriz de componentes

MATRIZ DE COMPONENTES			
	COMPONENTE		
	1	2	3
Variable 1	0.81	-1.17	0.04
Variable 2	0.86	0.27	-0.06
Variable 3	0.94	0.08	0.04
Variable 4	0.04	0.22	0.99
Variable 5	-0.12	0.96	0.04
Variable 6	-0.23	0.93	-0.02
.....

Fuente: Elaboración propia

Si hemos optado por extraer tres componentes o factores, se dan las saturaciones relativas para cada variable y cada componente o factor. El componente 1 agrupa a las variables de mayor saturación: la variable 1 con 0.81, la variable 2 con 0.86 y la variable 3 con 0.94. Es deseable que estas tres variables tengan algo en común para poder denominar el factor o componente.



Por ejemplo: si la variable 1 es “nivel educativo”⁹⁰, la variable 2 es “categoría laboral” y la variable 3 es “salario”, podríamos denominar el componente como “promoción interna en la empresa”, que parecen reflejar aspectos de una misma dimensión.

Si observamos la columna del componente 2, se puede apreciar que las saturaciones más altas corresponden a las variables 5 y 6. Si estas fueran “experiencia previa” y “edad”, podríamos denominar el factor como “veteranía laboral”.

Por último, observando la columna del componente 3, éste consta solamente de la variable 4, con una saturación de 0.99. Si la variable fuera “meses desde el contrato”, el componente quedaría definido por esa variable, aunque en otros términos podríamos denominarlo como “antigüedad en el puesto”.

Observamos también que es frecuente que una variable puntúe o *sature* en un componente con un valor muy alto, mientras que no satura en otro o, lo que es lo mismo, lo hace con una puntuación muy baja.

• DESCRIPTIVOS

Para el análisis de las variables es conveniente contar con algunos descriptivos, así como con diversas matrices que a continuación se van a describir:

- Descriptivos univariados: número de casos válidos, media aritmética y desviación típica.
- Matriz de correlaciones y estadísticos asociados a ella:
 - Coeficientes de correlación entre las variables utilizadas en el análisis.
 - Niveles de significación, niveles críticos unilaterales asociados a cada coeficiente.
 - Determinante de la matriz de correlaciones. El valor “0” del determinante o próximo a “0” indica que las variables

⁹⁰ La denominación de las variables la hemos tomado de Pardo y Ruiz (2005).



utilizadas están linealmente relacionadas, lo que significa que el análisis factorial es la técnica adecuada para el análisis.

- Matriz inversa. Esta matriz inversa de la matriz de correlaciones es la base para el cálculo de comunalidades iniciales y para el cálculo de la matriz anti-imagen que se describe con posterioridad.
- Matriz reproducida. Es la matriz de correlaciones que se obtiene a partir de la solución factorial hallada. En la diagonal de dicha matriz se encuentra el valor de las comunalidades.
- Matriz de correlaciones residuales. Contiene los residuos, es decir, la diferencia entre las correlaciones observadas y las correlaciones reproducidas. Si el modelo es bueno, el número de residuos con valores elevados debe ser mínimo.
- Matriz de correlaciones anti-imagen. En su diagonal se encuentran las medidas de adecuación muestral para cada variable. Si el modelo factorial elegido es bueno los elementos de la diagonal de matriz deben tener un valor próximo a “1” y el resto de elementos deben ser pequeños.
- KMO y prueba de esfericidad de Bartlett.
 - *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO). Es una prueba de adecuaciones muestral que contrasta si las correlaciones parciales entre las variables son suficientemente pequeñas. KMO varía entre 0 y 1. Si el valor es menor que 0.5 no debería usarse el análisis factorial con los datos muestrales que se están analizando. La expresión del KMO es la siguiente:

$$KMO = \frac{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_{i \neq j} r_{ij.m}^2}$$

Donde r_{ij} representa el coeficiente de correlación simple entre las variables i y j y $r_{ij.m}$ representa la



correlación parcial entre las variables i y j eliminado el efecto de las restantes variables m incluidas en el análisis.

- *Prueba de esfericidad de Bartlett.* Contrasta la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz identidad, en cuyo caso no existirían correlaciones significativas entre las variables y el modelo factorial no sería adecuado. Se distribuye aproximadamente según un modelo de probabilidad *chi-cuadrado* y es una transformación del determinante de la matriz de correlaciones. Si el nivel crítico es mayor que 0.05, no se podrá rechazar la hipótesis nula de esfericidad y, por consiguiente, no se podrá asegurar que el modelo factorial sea adecuado para la explicación de los datos.

• EXTRACCIÓN

El proceso de extracción de factores permite decidir qué modelo factorial se desea utilizar, en qué matriz de datos basar el análisis y cuántos factores deben extraerse. Para empezar, puede seleccionarse el modelo factorial que será utilizado para estimar las saturaciones de las variables en los factores. Los distintos métodos disponibles son diversos, aunque, como ya se ha indicado, hemos elegido el método de extracción de componentes principales. También permite seleccionar el tipo de matriz que será analizada que, en nuestro caso, será la matriz de correlaciones. Se permite extraer, asimismo, un número determinado de factores mediante distintos criterios. Hemos elegido los factores cuyos autovalores son mayores que 1 (regla llamada *regla K1*). Además, nos muestra la solución factorial sin rotar (concepto que será explicado más adelante) y el gráfico de sedimentación (o también llamado *prueba de sedimentación de Cattell*). Este gráfico es una representación de la magnitud de los autovalores.



• ROTACIÓN

La rotación es un procedimiento que puede facilitar la interpretación de la solución factorial elegida proporcionando una representación gráfica de las saturaciones. Los métodos de rotación por los que puede optarse son: *varimax*, *quartimax*, *equamax*, *oblimin directo* y *promax*. Los resultados en nuestro trabajo han sido obtenidos aplicando el método de extracción *varimax*.

El método *varimax* es un método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor. Una vez seleccionado dicho método, es posible obtener el llamado de saturaciones factoriales, que es un gráfico de dispersión que refleja la situación de las variables en un espacio definido por los componentes o factores. Pueden representarse espacios distintos seleccionando distintos factores. Para obtener planos fácilmente interpretable, es preciso seleccionar factores de dos en dos, obteniendo así diferentes espacios. Por supuesto, los espacios en los que los ejes son los factores más importantes, los de autovalores mayores, son los que revelarán una información más útil para nuestro estudio.

En el Capítulo 4 exponemos los resultados de la obtención de las componentes que configuran las características de los emprendedores, así como otros resultados y análisis estadísticos.

3.2 Modelización de los factores que caracterizan a los futuros emprendedores

Para la caracterización de los futuros emprendedores se ha partido de nuestra propia experiencia así como, de determinadas evidencias observadas a lo largo de los trabajos anteriores presentados en este estudio que, a su vez, se han realizado en colaboración con otros investigadores y profesionales del sector.

Se justifica también la elección de la muestra con la que se trabajará y se elaborará el cuestionario correspondiente a la encuesta. Los ítems de este



cuestionario a redactar se basarán en que la destreza emprendedora requiere de habilidad natural y adquirida, cognitiva, emocional y social, junto con diversos conocimientos, empleo de diversas técnicas y entrenamiento sistemático. También se consideran todas aquellas cuestiones planteadas inicialmente de las que se derivaron en diferentes trabajos con el panel de expertos los ítems que se incluirán en dicho cuestionario.

A partir de estas observaciones, se relacionan en este epígrafe las conclusiones obtenidas en estas reuniones con expertos y el proceso por el que se ha llegado a cierto consenso en la elaboración del cuestionario que, en definitiva, esperamos que sirva para modelizar los factores que caracterizarán a los futuros emprendedores.

Es destacable el acierto de haber contado con el panel de expertos, así como haber podido utilizar las técnicas descritas de la dinámica de grupos y la entrevista en profundidad, que nos ha permitido, no sólo validar un cuestionario sino, además, quizá lo más importante, establecer las hipótesis básicas imprescindibles para nuestro trabajo de investigación.

3.2.1 Justificación de la selección de los futuros emprendedores

El grueso de la muestra se centra en los Programas Máster de ESIC Business&MarketingSchool, lo cual se debe en primer lugar al importante peso que tiene dicha escuela dentro del mercado educativo español, donde su formación orientada a la Creación de Empresas es muy relevante y adicionalmente, ESIC presenta la ventaja de tener diferentes sedes a lo largo del territorio español, lo cual nos ha permitido plantear en el estudio de los datos, el poder obtener conclusiones o diferenciaciones entre las diferentes zonas geográficas, a la hora de definir variables comunes entre los futuros emprendedores, e incluso, categorizar, en cierta media, el espíritu emprendedor a partir de las características sociales de las diferentes zonas. Adicionalmente, hemos incluido en la muestra a encuestar, los participantes de dos Programas Máster específicos en emprendimiento, e impartidos en dos universidades



públicas madrileñas: Facultad de Comercio y Turismo (Universidad Complutense de Madrid) y Facultad de CC Sociales y Jurídicas (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid).

Detallamos a continuación los Programas Máster de nuestra muestra, tanto el tipo de Programa Máster como su ubicación geográfica:

- MBA Entrepreneurship (Universidad Complutense, Madrid)
- Máster en Relaciones Internacionales (Universidad Rey Juan Carlos, Madrid)
- Programas Máster ESIC Business&Marketing School:
 - Executive MBA (EMBA): Madrid, Sevilla, Zaragoza, Sevilla, Bilbao, Barcelona.
 - MBA: Madrid
 - Máster en Dirección Financiera (MDF): Madrid, Bilbao, Sevilla.
 - Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO): Madrid, Zaragoza, Sevilla, Bilbao, Barcelona.
 - Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo (DRHO): Madrid, Zaragoza, Sevilla.
 - Programa Superior en Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria (MPC): Barcelona.
 - Programa Superior de Dirección de Ventas (PSDV): Barcelona.

Como muestra final se han recopilado un total de 387 cuestionarios a partir de los cuales se plantea obtener unos resultados orientativos sobre las habilidades y conocimientos buscados entre los participantes de Máster a la hora de fomentar y categorizar el perfil de los futuros emprendedores.

3.2.2 Elaboración del cuestionario y el porqué de las preguntas

Toda la literatura existente sobre el proceso emprendedor y cuáles son las características que hacen a un emprendedor eficaz, coinciden a la hora de señalar que el emprendedor es:



“Una persona capaz de generar una nueva entidad u organización consiguiendo, combinando y coordinando recursos humanos, técnicos, materiales y financieros con miras al logro de determinados objetivos”.⁹¹

Un emprendedor exitoso actúa en forma eficaz, produciendo estados de ánimo positivos en los demás, lo que genera un entorno favorable para alcanzar sus metas. Esta afirmación está sustentada en tres elementos demostrados por la experiencia:

1. El emprendedor posee rasgos netos de su personalidad, que constituyen su perfil psicológico, el cual le impulsa a iniciar un proceso creador y transformador, asumiendo un riesgo.
2. A este perfil se asocian ciertas conductas, que pueden ser entrenadas, los cuales influenciarían en el nivel de eficacia o resultado del emprendimiento.
3. El entorno del sujeto incide en la magnitud del emprendimiento; más y mejores oportunidades sociales, mejorarían las posibilidades de mayor calidad y sustentabilidad de las iniciativas.

Formarse y entrenarse como emprendedor eficaz es un proceso largo y complejo que requiere de un método y de la práctica de ciertos instrumentos. En primer lugar, se requiere desarrollar habilidades cognitivas, emocionales y sociales, y disponer de cierta habilidad natural. En segundo lugar, estas habilidades necesitan conocimientos y técnicas para que se expresen en conductas eficaces o en lo que denominamos destreza emprendedora.

⁹¹ Emprendimiento Juvenil.(1999) Estudio realizado por la Universidad de Santiago para el Instituto de la Juventud



DESTREZA EMPRENDEDORA
II
HABILIDAD NATURAL Y ADQUIRIDA
+
CONOCIMIENTOS
+
TÉCNICAS Y ENTRENAMIENTO SISTEMÁTICO

Otros estudios además, han demostrado que los rasgos de creatividad, innovación y el asumir riesgos calculados, definirían “per se” a todo perfil emprendedor y serían factores críticos del emprendedor de negocios. Existirían, además, otra serie de atributos que suelen estar asociados, en mayor o menor grado, al perfil emprendedor, aunque estas características se encuentran, también, en personas no emprendedoras, las que entrenadas o desarrolladas influirían en el nivel de éxito del emprendimiento.

Las investigaciones en este ámbito, sumadas al conocimiento práctico, nos llevan a postular que los emprendedores tienen asociado a su comportamiento eficaz, cinco rasgos o habilidades de su personalidad:⁹²

1. Alto conocimiento de sí mismo y Auto confianza.
2. Fuerte motivación por el logro.
3. Visión de futuro real y optimista.
4. Capacidad de planificación y organización.
5. Comunicación eficaz y generación de redes de apoyo.

Basándonos en estas premisas se desarrolló la encuesta para alumnos de Postgrado con los objetivos de:

1. Constatar la presencia de una cierta habilidad natural, que favorezca el emprendimiento.

⁹² Modelo CREAME Fundación Miguel Kast



2. Comprobar si se decantan por algún tipo de formación específica para adquirir conocimientos que les permitan tener mayor seguridad a la hora de crear empresa. No perdamos de vista que emprender también es la suma de innovación y riesgo, pero obviamente riesgo medido.
3. Si dicha habilidad natural, conocimientos y entrenamiento, se ven favorecidos por un entorno próximo familiar de emprendedores.

La encuesta final utilizada en el estudio aparece recogida en este informe en el Anexo 2.

3.2.3 Características de las variables utilizadas

Las variables se han seleccionado teniendo en cuenta, en primer término, la búsqueda de la información estadística disponible, que definiera las actitudes sociales de los emprendedores, y por otro lado, se ha tenido en cuenta los estudios a los cuales se hace referencia en las fuentes bibliográficas del presente trabajo.

La relación de variables o ítems utilizados en el diseño del formulario empleado se muestran a continuación, donde se recoge una descripción de cada una de las variables:

- **Ítem 1:** Los conocimientos adquiridos en mi formación, tanto de grado como de Postgrado, me han ayudado a la hora de crear una empresa.
- **Ítem 2:** El fomento de habilidades directivas recibidas a lo largo de mi formación, me han generado la suficiente confianza para asumir responsabilidades y enfrentar desafíos.
- **Ítem 3:** Dispongo de la iniciativa personal suficiente para acometer proyectos.
- **Ítem 4:** Dispongo de habilidades para la gestión de equipos de trabajo.



- **Ítem 5:** No tengo problema a la hora de liderar situaciones de riesgo dentro del trabajo (habilidad de la gestión de conflictos).
- **Ítem 6:** Asumo de forma autocrítica los fracasos o tropiezos en el trabajo y aprendo de ellos.
- **Ítem 7:** A la hora de asumir un riesgo, valoro tanto las posibilidades de éxito como las de fracaso, antes de tomar una decisión o acometer un proyecto.
- **Ítem 8:** Visualizo o detecto con facilidad nuevas oportunidades en los mercados que puedan llegar a convertirse en iniciativa emprendedora.
- **Ítem 9:** El ambiente familiar emprendedor ha sido un factor facilitador a la hora de emprender nuevas iniciativas de negocio.
- **Ítem 10:** La formación continua es clave a la hora de asumir nuevos retos profesionales, aporta tranquilidad para actuar y enfrentar desafíos.
- **Ítem 11:** El emprendedor es la suma de habilidades y conocimientos.
- **Ítem 12:** Soy perseverante en el logro de los objetivos marcados y capaz de hacer un esfuerzo adicional para alcanzarlos.
- **Ítem 13:** Soy claro a la hora de definir y planificar los objetivos marcados, diseñando planes consistentes para lograrlos.
- **Ítem 14:** Soy capaz de generar empatía en mi entorno con el fin de construir redes de apoyo a mis proyectos.
- **Ítem 15:** Administro y coordino de forma eficiente los recursos a emplear para la consecución de los objetivos: tiempo, dinero, recursos humanos, etc.

La obtención de los datos se realizó a través de una escala de tipo Likert graduada en siete puntos (Cuadro 11), en función del grado de acuerdo o desacuerdo que los sujetos tienen con respecto a cada sentencia.



Cuadro 11. Escala tipo Likert

Escala de tipo likert graduada en siete puntos	
1	Muy en desacuerdo
2	Moderadamente en desacuerdo
3	Un poco en desacuerdo
4	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
5	Un poco de acuerdo
6	Moderadamente de acuerdo
7	Muy de acuerdo

Los participantes completaron la encuesta sobre sus datos sociodemográficos (edad, sexo, nacionalidad, lugar de residencia, nivel de estudios y situación laboral actual), obteniendo de cada sujeto los datos correspondientes a los ítems planteados.

3.2.4. Panel de expertos

De acuerdo con las etapas en el desarrollo de la investigación mediante encuesta, descrito en el Cuadro 3 de este capítulo, y, por otra parte, también de acuerdo con el proceso de corroboración de hipótesis teóricas descrito en el Cuadro 7 de este mismo capítulo, se constituyó un panel de expertos con el que poder realizar una dinámica de grupos con el objeto de que nos ayudara a la planificación de la investigación, especialmente en lo que al diseño del cuestionario y otros aspectos del mismo se refiere, como recopilación de



información secundaria acerca del objeto de la investigación, en la fase preliminar de documentación, en las necesidades de investigación para la definición de objetivos específicos.

Además, el mencionado panel de expertos nos apoyará en la revisión de las hipótesis y en la validación del cuestionario o, en su caso, a la elaboración del cuestionario definitivo.

El panel de expertos está formado por diversas personas, cuyas características académicas y profesionales son las siguientes:

- Directores de Viveros de Empresas de la Comunidad de Madrid (2 Directores)
- Miembros del Equipo de Investigación de Redes neuronales ESIC (2 investigadores)
- Profesores de Habilidades en Emprendimiento (2 profesores)
- Empresa gestora de servicios emprendedores: Global Incubator (2 investigadores)
- Psicólogo
- Sociólogo
- Estadístico

En la primera reunión con el panel de expertos se planteó la necesidad de debatir sobre ciertas cuestiones de partida una vez presentado el objetivo de la investigación, las posibles metodologías a utilizar y los antecedentes de la investigación a partir de los trabajos ya realizados y publicados. Cada uno de los expertos constituyentes fue informado de todos estos antecedentes antes de la reunión. Dichas cuestiones de partida son las que se exponen a continuación:

- Naturaleza de los factores explicativos del éxito empresarial competitivo
- Categorización de dichos factores
 - Externos / internos
 - Tangibles / intangibles
 - Cualitativos / cuantitativos
 - Capital humano / estructural



- Otros
 - Experiencias conocidas
 - Sugerencias

En el siguiente punto de este capítulo se hace una breve presentación de las técnicas dinámica de grupos y entrevista en profundidad, para, seguidamente, presentar los resultados de las diversas dinámicas y entrevistas realizadas, previas al diseño del cuestionario para la encuesta.

3.2.5 Dinámicas de grupo y entrevistas en profundidad

Las dinámicas de grupo o grupos de discusión se han venido utilizando en la investigación social desde mediados del siglo XX. Kurt Lewin creó un Centro de Investigación de Grupos en 1945 en la Universidad de Harvard, siendo el iniciador de esta técnica o metodología. Esta metodología permite la interacción entre el comportamiento individual de los sujetos y el comportamiento social⁹³.

Las aplicaciones de la reunión de grupo se pueden resumir en las siguientes, entre otras⁹⁴:

- Actitudes del encuestado
- Análisis de temas controvertidos
- Preparación a la investigación cuantitativa: por ejemplo, determinar o describir ítems y opciones para un futuro cuestionario

La entrevista en profundidad lo es individual y no siempre estructurada y trata de establecer el verdadero porqué de la investigación y puede desvelar aspectos importantes que no hubiesen sido observados en la fase de la dinámica de grupos. En muchos casos, no es necesaria la entrevista en profundidad. Sin embargo, nos pareció conveniente realizar una entrevista con cada uno de los constituyentes del panel de expertos.

⁹³ García Ferrer (2005)

⁹⁴ Pujals (2001)



Las aplicaciones de la entrevista en profundidad son similares a las de la dinámica de grupos. El interés de esta técnica radica en la profundización y en el descubrimiento de algunas cuestiones que no afloraron en las dinámicas. Las entrevistas pueden ser estructuradas, semiestructuradas o focalizadas y no estructuradas⁹⁵, con las características que a continuación se detallan en el siguiente Cuadro 12, de la página 164

En nuestro trabajo se han realizado dinámicas de grupos y diversas entrevistas en profundidad con los miembros del panel de expertos. Las entrevistas en profundidad han sido no estructuradas.

Los primeros resultados obtenidos en la primera dinámica con el panel de expertos, en relación a la naturaleza y categorización de factores, junto con experiencias y sugerencias de los expertos, han sido los que se exponen a continuación:

- Dada la naturaleza de la investigación, los factores más relevantes podrían encontrarse en el capital humano y en las capacidades. Serían los que pueden derivarse de una adecuada formación de los emprendedores y, especialmente, del gerente.
- Los factores relacionados con la formación tendrían que ver con los conocimientos, las habilidades, el aprendizaje y entrenamiento y una cierta predisposición al emprendimiento, bien por el entorno cercano al emprendedor, bien por ciertas capacidades innatas reconocibles incluso por el propio emprendedor.

⁹⁵ Universidad de Alicante (2015)



- Ciertos ratios, como la rentabilidad económica y otros, pueden no ser muy útiles para medir la probabilidad de éxito, de acuerdo con lo expuesto por autores como Aragón y Rubio⁹⁶.
- Otros factores utilizados en otros trabajos deberían ser descartados, dada la naturaleza de nuestra investigación centrada en la influencia de la formación, como son la calidad de producto, la capacidad financiera, la posición tecnológica o la estructura organizativa.
- Otros factores relacionados con la gestión podrían ser la habilidad de gestionar grupos o la de gestionar conflictos.
- Las cualidades personales podrían ser muy importantes, como la iniciativa, no tener miedo al fracaso o la empatía.
- En resumen, los factores a considerar son variables internas más que externas, tanto tangibles como intangibles, cualitativos y los relacionados con el capital humano más que con el estructural, relacional o el tecnológico. Sin embargo, no se descarta la influencia de los factores externos, como el ambiente familiar o el entorno social cercano. En los trabajos de Aragón y Rubio y otros autores, apuntan también esta misma última observación.

⁹⁶ Rubio y Aragón (2002)



Cuadro 12. Entrevistas en profundidad

ENTREVISTA ESTRUCTURADA	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA O FOCALIZADA	ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA
Discurso no continuo que sigue el orden de las preguntas planteadas	Discurso cuyo orden puede resultar más o menos determinado según sea la reactividad del entrevistado y el flujo de un tema a otro.	Discurso continuo
Preguntas preparadas de antemano y planteadas en orden determinado.	Puntos de referencia de paso obligatorio para el entrevistador y entrevistado.	No preguntas preparadas con anterioridad.
Información parcial y abreviada	Información controlada	Información de buena calidad, aunque no siempre útil desde el punto de vista de los objetivos de la investigación
Rapidez en la recogida de la información	Información recogida en un mayor tiempo	Duración imprevista de la recogida de la información
Nivel alto de información previa	Nivel medio de información previa	Nivel bajo de información previa

Fuente: Universidad de Alicante (2015)

En una segunda dinámica con nuestro panel, se debatió acerca de las propuestas iniciales de cuestionario, así como detalles acerca de la metodología y de las herramientas estadísticas más adecuadas para nuestro propósito. En este sentido, se llegó al siguiente consenso:



- Cuestionario breve, alrededor de 15 preguntas.
- Utilizar una escala de Likert, del 1 al 7.
- Variables medibles por la opinión y/o percepción del encuestado.
- Utilización de diversos identificadores como el sexo, edad y otros.
- Las herramientas estadísticas que parecen adecuadas son el análisis descriptivo univariante, bivalente mediante tablas de contingencia y el análisis factorial. Este ha sido utilizado por autores como Aragón y Rubio (2002) con el mismo propósito que nuestro trabajo, es decir, la identificación de factores explicativos de éxito competitivo en la PYME.

De esta segunda reunión, se diseñó un cuestionario de acuerdo a las observaciones apuntadas. Después se presentó al panel de expertos para su validación y, posteriormente, se realizó un pretest con diez emprendedores que los expertos proporcionaron de los viveros.

Las entrevistas en profundidad con expertos y con algunos de estos últimos emprendedores permitieron observar algunos aspectos interesantes a la hora de confirmar lo adecuado del cuestionario, así como, para la eliminación de ciertos ítems. En concreto, se eliminaron los siguientes ítems relacionados con los rasgos de personalidad que en un principio habían sido considerados:

- Los denominados Ten Ítem Personality Inventory (TIPI)⁹⁷, rasgos de personalidad tipo:
 - Me veo a mi mismo como alguien:
 - Fiable, autodisciplinado
 - Abierto a experiencias nuevas, polifacético
 - Desorganizado, descuidado
 - Tradicional, poco creativo
 -

⁹⁷ Woods y Hampson (2005)



- Los denominados Single Ítem Measures of Personality (SIMP)⁹⁸, rasgos de personalidad tipo:
 - Calidad de vida
 - Satisfacción con su tipo de vida
 - Satisfacción con el trabajo
 - Predisposición al cambio
 - Orientación religiosa
 -
- Los denominados Big Five Inventory (BFI), utilizados, entre otros, por John, Donahue y Kentle⁹⁹ (1991) y Woods y Hampson posteriormente¹⁰⁰, rasgos de personalidad tipo:
 - Extrovertido
 - Meticuloso
 - Agradable
 - Emocionalmente estable
 - Sincero
 -

3.2.6 Cuestionario definitivo

Después de las consideraciones apuntadas anteriormente, se ha llegado al consenso con los expertos del panel en el siguiente cuestionario para la encuesta, tal y como se refleja en el Cuadro 13:

⁹⁸ Woods y Hampson (2005)

⁹⁹ John, Donahue y Kentle (1991)

¹⁰⁰ Woods y Hampson (2005)



Cuadro 13. Cuestionario con cada uno de los ítems de la encuesta

1.- Los conocimientos adquiridos en mi formación, tanto de grado como de postgrado, me han ayudado a la hora de crear una empresa.	1 2 3 4 5 6 7
2.-El fomento de habilidades directivas recibidas a lo largo de mi formación, me han generado la suficiente confianza para asumir responsabilidades y enfrentar desafíos.	1 2 3 4 5 6 7
3.- Dispongo de la iniciativa personal suficiente para acometer proyectos.	1 2 3 4 5 6 7
4.- Dispongo de habilidades para la gestión de equipos de trabajo.	1 2 3 4 5 6 7
5.- No tengo problema a la hora de liderar situaciones de riesgo dentro del trabajo (habilidad de la gestión de conflictos).	1 2 3 4 5 6 7
6. – Asumo de forma autocrítica los fracasos o tropiezos en el trabajo y aprendo de ellos.	1 2 3 4 5 6 7
7.- A la hora de asumir un riesgo, valoro tanto las posibilidades de éxito como las de fracaso, antes de tomar una decisión o acometer un proyecto.	1 2 3 4 5 6 7
8.- Visualizo o detecto con facilidad nuevas oportunidades en los mercados que puedan llegar a convertirse en iniciativa emprendedora.	1 2 3 4 5 6 7
9.- El ambiente familiar emprendedor ha sido un factor facilitador a la hora de emprender nuevas iniciativas de negocio.	1 2 3 4 5 6 7
10.- La formación continua es clave a la hora de asumir nuevos retos profesionales, aporta tranquilidad para actuar y enfrentar desafíos.	1 2 3 4 5 6 7
11.- El emprendedor es la suma de habilidades y conocimientos.	1 2 3 4 5 6 7
12.- Soy perseverante en el logro de los objetivos marcados y capaz de hacer un esfuerzo adicional para alcanzarlos.	1 2 3 4 5 6 7
13. Soy claro a la hora de definir y planificar los objetivos marcados, diseñando planes consistentes para lograrlos.	1 2 3 4 5 6 7
14. Soy capaz de generar empatía en mi entorno con el fin de construir redes de apoyo a mis proyectos.	1 2 3 4 5 6 7
15.- Administro y coordino de forma eficiente los recursos a emplear para la consecución de los objetivos: tiempo, dinero, recursos humanos, etc.	1 2 3 4 5 6 7

Tras el test realizado con este cuestionario final, más algunos datos adicionales que nos parecían relevantes a la hora de encuestar a los participantes en los diferentes Programas de Postgrado, tales como edad, situación laboral, entorno emprendedor familiar, etc, llegamos al cuestionario definitivo que cumplimentaron todos los participantes objeto de la muestra y que recogemos a continuación.



El cuestionario fue pasado en papel entre los diferentes grupos objeto del estudio y posteriormente los resultados obtenidos fueron tabulados, para su posterior tratamiento estadístico.

El Cuestionario definitivo aparece recogido en el Anexo 1 de este trabajo, en el formato original que fue pasado a los encuestados.





Capítulo 4

RESULTADOS Y ANÁLISIS



En el presente capítulo, presentamos todos los resultados obtenidos a partir del tratamiento estadístico desarrollado a partir de los datos obtenidos en las encuestas.

Como expondremos a continuación, hemos llevado a cabo diferentes análisis estadísticos, para intentar obtener la mayor información posible de los datos recopilados. Hemos incorporado a lo largo del capítulo las tablas y gráficos más significativos, a nuestro juicio, del análisis y el grueso de las tablas desarrolladas, las hemos incorporado en los respectivos anexos del trabajo.

4.1 Herramientas estadísticas

Dentro de las herramientas estadísticas de análisis de datos, podemos encontrar las descriptivas univariante, bivariante y multivariante.

A continuación se presentarán los resultados obtenidos al aplicar dichas herramientas a nuestra muestra. Se iniciará cada análisis con una breve explicación de cada una de ellas¹⁰¹ y las particularidades encontradas.

Para el análisis de estos resultados, a partir de ahora hablaremos de las variables de v1 a v15, que se corresponden con las 15 preguntas o ítems de nuestro cuestionario, y cuya correspondencia en la denominación es la que aparece en el siguiente Cuadro 14:

¹⁰¹ Podría haberse hecho en el capítulo anterior de diseño de la investigación y metodología. Se ha hecho con el análisis multivariante factorial porque nos parecía aquí más relevante, a la hora de definir y de contrastar las hipótesis teóricas.

**Cuadro 14. Ítems de la encuesta / variables: v1 a v15**

Ítems Cuestionario	Variables
1.- Los conocimientos adquiridos en mi formación, tanto de grado como de postgrado, me han ayudado a la hora de crear una empresa.	V1 FormaciónAyudaCrear
2.- El fomento de habilidades directivas recibidas a lo largo de mi formación, me han generado la suficiente confianza para asumir responsabilidades y enfrentar desafíos.	V2 HabilidadesDesafíos
3.- Dispongo de la iniciativa personal suficiente para acometer proyectos.	V3 IniciativaProyectos
4.- Dispongo de habilidades para la gestión de equipos de trabajo.	V4 HabilidadesGrupos
5.- No tengo problema a la hora de liderar situaciones de riesgo dentro del trabajo (habilidad de la gestión de conflictos).	V5 GestiónConflictos
6.- Asumo de forma autocrítica los fracasos o tropiezos en el trabajo y aprendo de ellos.	V6 AsumoFracasos
7.- A la hora de asumir un riesgo, valoro tanto las posibilidades de éxito como las de fracaso, antes de tomar una decisión o acometer un proyecto.	V7 ValorExitoFracaso
8.- Visualizo o detecto con facilidad nuevas oportunidades en los mercados que puedan llegar a convertirse en iniciativa emprendedora.	V8 VerOportunidades
9.- El ambiente familiar emprendedor ha sido un factor facilitador a la hora de emprender nuevas iniciativas de negocio.	V9 AmbienteFamiliar
10.- La formación continua es clave a la hora de asumir nuevos retos profesionales, aporta tranquilidad para actuar y enfrentar desafíos.	V10 FormacionContinua
11.- El emprendedor es la suma de habilidades y conocimientos.	V11 HabilidadesyConocimiento
12.- Soy perseverante en el logro de los objetivos marcados y capaz de hacer un esfuerzo adicional para alcanzarlos.	V12 LograrObjetivos
13. Soy claro a la hora de definir y planificar los objetivos marcados, diseñando planes consistentes para lograrlos.	V13 PlanificarObjetivos
14. Soy capaz de generar empatía en mi entorno con el fin de construir redes de apoyo a mis proyectos.	V14 GenerarEmpatia
15.- Administro y coordino de forma eficiente los recursos a emplear para la consecución de los objetivos: tiempo, dinero, recursos humanos, etc.	V15 AdministrarRecursos

4.2 Análisis descriptivo univariante

En la estadística univariante se analiza cada variable por separado, pudiéndose obtener ciertos estadísticos, tales como:

- Media aritmética



- Mediana
- Moda
- Percentiles
- Varianza y desviación estándar o típica
- Coeficiente de variación
- Sesgo o asimetría
- Curtosis

También es posible a través de este método, realizar diversos gráficos que facilitan la observación y el análisis de todos los datos obtenidos. Los más frecuentes son los siguientes:

- Histogramas de frecuencias
- Diagramas de caja

Los diagramas de caja permiten ver de forma simultánea los principales estadísticos que son: media aritmética, mediana, percentil 25 y percentil 75, además de presentar unos extremos que se denominan “bigotes”¹⁰². Estos se hallan a una distancia de los percentiles 25 y 75 que se calcula como 1’5 veces el rango intercuartil de la siguiente manera, siendo el rango intercuartil la distancia $P75-P25$:

$$\text{Superior} = P75 + 1,5 (P75 - P25)$$

$$\text{Inferior} = P25 - 1'5(P75 - P25)$$

Los valores de la variable que superen los bigotes por encima o por debajo indistintamente, se consideran valores atípicos (*outlayer*). Son valores muy distanciados que no contribuyen a la homogeneidad de los datos. Si hubiera muchos, los estadísticos de la muestra podrían llegar a perder representatividad. En algunos casos, se diferencian los valores que exceden de 1,5 veces de los que exceden 3 veces el rango intercuartil.

¹⁰² Los diagramas de caja se conocen también por “diagramas de caja y bigotes” (*Box and whisker plot*).



Se presentan a continuación los correspondientes histogramas para cada variable, de V1 a V15, y los diagramas de caja para cada una de las quince variables consideradas en nuestro estudio de investigación, en función de los siguientes identificadores:

- I. Género (Hombre / Mujer)
- II. Situación laboral
- III. Estudios realizados
- IV. Familiar con empresa

Los diagramas que presenten muchos puntos atípicos, revelan que no hay tanto consenso como en aquellos donde no se presentan. Analizaremos los diagramas junto con las distribuciones de frecuencias y los histogramas.

I. **Análisis de las variables v1 a v15 vs “Género”**

Con respecto al análisis de las variables v1 a v15 considerando el identificador “género”, puede apuntarse que se aprecia poca dispersión en las respuestas, observada esta a través del rango intercuartil, para Hombre y Mujer, en las siguientes variables:

- Habilidades
- Gestión de conflictos
- Valoración de éxito / fracaso
- Ambiente familiar
- Formación continua
- Planificar y lograr objetivos
- Generar empatía
- Administrar recursos

Todas las respuestas han estado en el rango de 5 a 6 y de 6 a 7.

Sin embargo, el resto de variables presenta una mayor dispersión con presencia de puntos atípicos y con puntuaciones más bajas, entre 4-5 y 4-6.

Es de destacar que la mayor diferencia entre Hombre y Mujer se presenta en las variables:

- Formación y ayuda a la creación de empresas (hombres dan una puntuación más baja).
- Habilidades / Desafíos (Mujer da puntuación más baja).
- Iniciativa proyectos (Mujer da puntuación más baja).
- Asumir fracasos (Hombre da puntuación más baja).
- Ver oportunidades (Mujer da puntuación más baja).

Los Histogramas y Diagramas de Caja correspondientes al análisis de las 15 variables respecto al “Género”, aparecen recogidas en el Anexo 2. Histogramas y Diagramas de Caja (2.1. Análisis de v1 a v15 vs Género). En este primer análisis (Género), incluimos los histogramas a modo explicativo adicional, no incluyéndolos en los otros tres análisis (Situación laboral, Estudios realizados y Familiar con empresa), ya que consideramos que los diagramas de caja son lo suficientemente significativos por sí solos, a la hora de explicar las variables.

II. **Análisis de las variables v1 a v15 vs “Situación Laboral”**

Con respecto al análisis de las variables v1 a v15 considerando el identificador “situación laboral”, puede apuntarse que se aprecia poca dispersión, en general, en las respuestas, observada esta a través del rango intercuartil, para Empleado / Desempleado.

Hay que destacar que las mayores diferencias entre una categoría y otra se da en las variables siguientes:



- Formación y ayuda a crear empresa (los Empleados puntúan más bajo).
- Asumir fracasos (los Desempleados puntúan más bajo).
- Administración de recursos (Empleados puntúan más bajo).

Los Diagramas de Caja correspondientes al análisis de las 15 variables respecto a la “Situación Laboral”, aparecen recogidas en el Anexo 2. Histogramas y Diagramas de Caja (2.2. Análisis de v1 a v15 vs Situación laboral).

III. Análisis de las variables v1 a v15 vs “Estudios Realizados”

Con respecto al análisis de las variables v1 a v15 considerando el identificador “Estudios Realizados”, puede apuntarse que se observan las mayores diferencias de valoración entre estudios sociales (S) / técnicos (T) / humanísticos (H) / jurídicos (J), en las siguientes variables:

- Formación y ayuda a crear empresa (H y J puntúan más bajo).
- Habilidades y desafíos e iniciativa a proyectos (S y T más bajo).
- Ver oportunidades (S y T más bajo).
- Ambiente familiar (H puntúa alto con menor dispersión).
- Lograr objetivos (S y T más bajo)

Los Diagramas de Caja correspondientes al análisis de las 15 variables respecto a la “Estudios realizados”, aparecen recogidas en el Anexo 2. Histogramas y Diagramas de Caja (2.3. Análisis de v1 a v15 vs Estudios Realizados).

IV. Análisis de las variables v1 a v15 vs “Familiar con Empresa”

Con respecto al análisis de las variables v1 a v15 considerando el identificador “Familiar con empresa”, puede apuntarse que se observan las mayores diferencias de valoración entre Sí / No, en las siguientes variables:

- Los que NO tienen familiares con empresa dan la puntuación más baja (y dispersa) a:
 - Formación y ayuda a crear empresas
 - Habilidades / Desafíos
 - Gestión de conflictos
 - Generación de empatía
 - Administración de recursos

Los Diagramas de Caja correspondientes al análisis de las 15 variables respecto a la “Familiar con Empresa”, aparecen recogidas en el Anexo 2. Histogramas y Diagramas de Caja (2.4. Análisis de v1 a v15 vs Familiar con Empresa).

4.3 Análisis bivalente. Tablas de contingencia

Detallamos a continuación los cruces de variables o tablas de contingencia obtenidos y que presentan un resultado relevante. Detallamos a continuación las primeras tablas de contingencia¹⁰³ obtenidas y a partir de cuyo análisis, perfilaremos las tablas de contingencia definitivas¹⁰⁴.

Tablas de contingencia: Primeros resultados:

- Tabla 1 Situación laboral actual * Rango edades * Sexo
- Tabla 2 Situación laboral actual * Estudios realizados * Sexo
- Tabla 3 Situación laboral actual * Años de experiencia * Sexo
- Tabla 4 Máster cursado * Situación laboral actual * Sexo
- Tabla 5 Máster cursado * Estudios realizados * Sexo
- Tabla 6 Máster cursado * Rango edades * Sexo

¹⁰³ Las tablas de contingencia obtenidas, con los primeros resultados, aparecen reflejadas en el Anexo 3

¹⁰⁴ Las tablas de contingencia definitivas, aparecen recogidas en el Anexo 4



- Tabla 7 Situación laboral actual * Se ha planteado crear empresa * Sexo
- Tabla 8 Estudios realizados * Se ha planteado crear empresa * Sexo
- Tabla 9 En qué sector * Quieres crear empresa * Sexo
- Tabla 10 Sector empresa familiar * Familiar con empresa * Sexo

Estas 10 tablas que recogen los primeros resultados obtenidos, aparecen recogidas en el Anexo 3.

Tras el análisis de estas primeras tablas, se decide llevar a cabo nuevas agrupaciones de variables para obtener datos más significativos, señalando los siguientes nuevos criterios:

- Rango de edades: Para obtener más información, por grupos de edades más afines, se decide agrupar todas las respuestas en sólo 3 rangos.
 1. Menos de 25 años
 2. Entre 25 y 35 años
 3. Más de 35 años
- Aficiones: Dada la multiplicidad de respuestas a esta pregunta, se opta por seleccionar siempre como afición la primera descrita en el cuestionario. De esta forma definimos 7 grupos.
 1. Deportes
 2. Viajar
 3. Lectura
 4. Música
 5. Cine/Teatro
 6. Familia
 7. Ocio: descansar/bailar/amigos
- Años de Experiencia: Para obtener más información coherente por años de experiencia profesional, se decide agrupar todas las respuestas en sólo 3 rangos.
 1. 0 (sin experiencia)



2. De 1 a 3 años
 3. Más de 3 años
- Sectores Productivos: se decide establecer la misma clasificación, agrupando actividades productivas, tanto en la respuesta a “*en que sector crearía empresa*”, como el “*sector a la que pertenece la de empresa familiar*”. Se deciden los siguientes grupos de actividades productivas:
 1. Sector Primario: agricultura, ganadería y pesca
 2. Sector Secundario: industria
 3. TIC
 4. Sector Servicios:
 - a. Turismo
 - b. Marketing/Comunicación/Publicidad
 - c. Otros
 - Comunidad Autónoma: Se decide coger siempre para todas las tablas de contingencia, los datos de la respuesta a la pregunta: *Comunidad Autónoma de Residencia* y no los de la pregunta: *Comunidad Autónoma de Origen*

4.3.1. Estadística Descriptiva Final Relevante

Tras incorporar todos los cambios señalados en el apartado anterior, pasamos a obtener las nuevas y definitivas Tablas de Contingencia, base de nuestro definitivo análisis estadístico y a partir del cual señalaremos las conclusiones más relevantes de nuestro estudio.

Comenzaremos esta exposición de resultados con un análisis descriptivo de los resultados obtenidos para a partir de dicho análisis, poder obtener conclusiones de forma agregada sobre dichos resultados. Desarrollaremos este análisis descriptivo, detallando tabla por tabla, las conclusiones obtenidas de todos aquellos cruces realizados teniendo en cuenta todas aquellas encuestas en las que se ha señalado la intención de emprender: “*Quieres crear empresa*”. Cada

una de las tablas de contingencia a que se refiere el análisis, aparecen recogidas en el Anexo 4.

Tabla 11 Quieres crear empresa * CC.AA. Residencia * Sexo

Se observa que del total de los alumnos encuestados, el 50,8 % de ellos muestran interés en crear una empresa frente al 49,2 % que no, lo cual denota que no hay una clara inclinación entre la muestra analizada hacia el emprendimiento estando muy igualados los porcentajes.

De este total, diferenciando por sexos, se observa que dentro de las mujeres, hay un porcentaje mayor de ellas que muestran su deseo de no crear empresa, 54.1% frente al 45.9 % de ellas que si desearían crearla. En cuanto a los hombres su predisposición es justo la opuesta, esto es el 54.3% muestra interés en crear empresa mientras que el 45.7 % que no se plantean emprender.

En definitiva hay mayor espíritu emprendedor entre los hombres que entre las mujeres, aunque en ambos sexos cabe señalar que la diferenciación no es muy notable, a la hora de mostrar su disposición al emprendimiento.

Por comunidades autónomas, el mayor espíritu emprendedor se encuentra en un primer término en Madrid, donde del total de los que sí desean crear empresa, un 24.6% de ellos pertenecen a dicha comunidad autónoma. Seguida de Andalucía donde el 24.1%, en tercer lugar Cataluña con un 22.3% del total, en cuarto lugar está Aragón con un 13.9% y en quinto lugar el País Vasco donde un 10.7% del total de los posibles emprendedores pertenecen a esta comunidad. En cuanto al resto de comunidades autónomas apenas representan un 1%.

Tabla 12 Quieres crear empresa * Sector crear empresa propia * Sexo

Es idéntica a la tabla 13 salvo en el hecho de que la tabla 13 incorpora como sector adicional para llevar a cabo el emprendimiento, el sector relacionado con

las tecnologías de la información (TIC). Por esta razón analizamos la tabla 13 ya que es más amplia, la información que podemos obtener.

Tabla 13 Quieres crear empresa * Sector y TIC crear empresa propia * Sexo

Lo más relevante en esta tabla es que la mayor parte de los encuestados, el 64.4%, eligen el sector servicios como sector más atractivo a la hora de llevar a cabo el emprendimiento. En un segundo término y a gran distancia, el 8.8% del total que sí quiere crear empresa elegiría el sector TIC. Cabría señalar que hay un porcentaje elevado de personas que sí desean crear empresa 18.6%, pero que no manifiestan una inclinación concreta hacia ningún sector. Igualmente es destacable que solo el 1% del total elegiría el sector de la construcción, como opción para emprender. Este hecho está en concordancia con la crisis que actualmente sufre este sector dentro de nuestra economía.

En el análisis por sexos se mantiene tanto en hombres como en mujeres la predilección por el sector servicios a la hora de emprender, en torno al 30 % en ambos casos, pero la diferencia es más notable a la hora de elegir el sector TIC, donde claramente hay una mayor inclinación de los hombres frente a las mujeres, ya que del total de ellos que quieren emprender se inclinan por este sector el 7.2% frente al solo 0.6% en el caso de las mujeres.

Tabla 14 Quieres crear empresa * Familiar con empresa * Sexo

Del total de encuestados y que muestran interés por crear empresa, el 70,6% de ellos tiene algún familiar empresario frente al 29,4% que no posee esta tradición empresarial familiar.

A su vez, de todos aquellos que no muestran interés por emprender, el 45,2% de ellos tiene algún familiar empresario frente al 54,8% que no posee esta tradición empresarial familiar.



De lo anterior podemos deducir, como era de esperar, el peso importante que tiene en el espíritu emprendedor, el tener tradición empresarial familiar y por tanto, el haber vivido en un entorno de predisposición al emprendimiento.

Esta tabla, se ve mejorada y ampliada en el análisis de la tabla 31 donde se incorpora una variable adicional en los cruces de respuestas: situación laboral del encuestado.

Tabla 15 Quieres crear empresa * Sector empresa familiar * Sexo

Del total de alumnos encuestados y que tienen algún familiar empresario, el sector empresarial dominante entre las empresas familiares, es el sector servicios.

Tabla 16 Quieres crear empresa * Años de experiencia * Sexo

Del total de encuestados que sí quieren crear empresa, el 73,7% tienen más de 3 años de experiencia laboral, frente al 21,6% de ellos cuya experiencia profesional es de entre 1 y 3 años. Finalmente el 4,6% de los potenciales emprendedores no tienen experiencia laboral.

Esta misma distribución de dominio del espíritu emprendedor entre aquellos encuestados con más de 3 años de experiencia, se cumple de igual forma tanto en hombres como en mujeres.

Tabla 17 Quieres crear empresa * Situación laboral * Sexo

Del total de encuestados que si desearían crear su empresa, el 70,6% de ellos cuentan con empleo en la actualidad, frente al 28,9% que están en situación de desempleo. Hay que señalar que entre aquellos encuestados que han manifestado que no deseaban crear empresa, la mayoría de ellos también está empleado en la actualidad.



En definitiva, no se puede obtener un resultado concluyente de los resultados obtenidos en esta tabla.

Tabla 18 Quieres crear empresa * Estudios realizados * Sexo

Dentro de la población encuestada que sí desea crear empresa, dominan aquellos cuyos estudios realizados pertenecen en primer término a ciencias sociales y en un segundo término a estudios técnicos. Esta proporción global, se cumple igualmente en el caso de los hombres, pero por el contrario en el caso de las mujeres, en un primer término son más emprendedoras las que tienen estudios en ciencias sociales, pero en segundo término estarían aquellas con estudios humanísticos.

Debemos señalar que en este caso, tiene un peso muy importante el porcentaje de encuestados que no han facilitado información sobre los estudios realizados.

Tabla 19 Quieres crear empresa * Estudios realizados * Situación laboral

Uno de los datos más destacables de esta tabla de nuestra encuesta es que son los actualmente empleados los que mayor interés tienen en crear una empresa nueva. De tal manera que el 37.2 % de los encuestados y que han terminado estudios sociales y que están empleados, tienen interés en crear una nueva empresa. También los encuestados desempleados en una mayoría significativa (el 35.7% de ellos), no saben o no contestan si tienen interés en crear una nueva empresa, mientras que el 33.9% de los que estudiaron algún grado de ciencias sociales, sí que crearía una empresa nueva.

Tabla 20 Quieres crear empresa * Estudios realizados * Sexo

Del total de encuestados y teniendo en cuenta que es mayor el porcentaje de hombres que de mujeres los que estarían dispuestos a crear una empresa, se

mantiene claramente para ambos sexos la mayor disposición al emprendimiento entre hombres y mujeres provenientes de estudios en ciencias sociales.

Tabla 21 Situación laboral * Estudios realizados * Sexo

En general se observa que tanto en hombres como en mujeres, el porcentaje de encuestados empleados es mayor que el de encuestados desempleados e igualmente se cumple esta misma distribución, sea cual sea el tipo de estudios realizados por la muestra encuestada.

Tabla 22 Quieres crear empresa * Máster * Sexo

Del total de encuestados que quieren crear empresa, los que muestran mayor actitud emprendedora son aquellos que están cursando el programa EMBA, donde se encuentra el 32,5% del total de futuros emprendedores y en segundo término aquellos que cursan el programa GESCO, donde se encuentran el 29,9% del total de aquellos que sí desean crear empresa. Ambos programas aglutinan la mayoría de los potenciales emprendedores, con gran diferencia respecto al resto de programas.

Si diferenciamos esta distribución por sexos, en ambos casos siguen siendo dominantes ambos programas pero con orden inverso, es decir, en el caso de las mujeres es dentro del GESCO donde se encuentran la mayor parte de las mujeres emprendedoras, el 39,7% del total que desearían emprender y en segundo término, es dentro del EMBA donde están el 26% del total de mujeres emprendedoras. Por parte de los hombres, es en primer lugar dentro del EMBA donde se concentra el mayor espíritu emprendedor, siendo el 36,4% del total de hombres emprendedores los que cursan este programa y en segundo lugar estaría el GESCO, donde se concentran el 24% de los hombres que desearían crear empresa.

Tabla 23 de contingencia Situación laboral * Máster * Sexo

Teniendo en cuenta la situación laboral de los encuestados, destacar que la mayor parte de los que están empleados han elegido el programa EMBA, en concreto el 33% del total de empleados encuestados, en segundo lugar se encuentra el 27,6% de ellos que han elegido el GESCO y en tercer lugar el 11,1% que ha elegido el DRHO. En este sentido y diferenciando por sexos, en el caso de las mujeres, el 34,4% de las empleadas han elegido el GESCO; el 24,8% el EMBA y el 18,1% el DRHO. Por el contrario en el caso de los hombres, el 37,9% han elegido el EMBA, el 23,6% el GESCO y el 10,9% el MDF.

En cuanto a los encuestados desempleados, la elección de programa cambia, ya que el 35% del total de desempleados encuestados ha elegido el GESCO; el 20% el MRI de la URJC y en tercer lugar el 12% ha elegido el DRHO. En el caso de los encuestados desempleados, tanto en el caso de hombres como de mujeres se mantiene el orden de elección de los tres programas señalados.

Tabla 24 de contingencia Quieres crear empresa * Aficiones * Sexo

Dentro del total de encuestados que sí desean crear empresa, el 43,8% señala como primer afición los deportes; el 10,8%: ocio y en tercer término el 7,2% prefiere viajar. Diferenciando por sexos, en el caso de las mujeres que sí desearían crear empresa, señalan como principales aficiones: el 41% deportes; el 21,9% lectura y el 9,6% Cine/Teatro. En el caso de los hombres, las aficiones varían un poco, donde el 45,5% prefieren deportes; el 18,2% la lectura y en tercer lugar el 12,4% prefieren el Ocio.

Dentro del total de encuestados que no desean crear empresa, el 37,2% señala como primer afición los deportes; el 18,6%: la lectura y en tercer término el 16,5% prefiere el Ocio. Diferenciando por sexos, en el caso de las mujeres que no desearían crear empresa, señalan como principales aficiones: el 26,7% el ocio; el 24,4% deportes y el 20,9% la lectura. En el caso de los hombres sin iniciativa emprendedora, destacar por encima de todo, que el 48% prefiere deportes y el 16,7% la lectura.

No parece concluyente la predisposición a determinadas aficiones según se tenga o no espíritu emprendedor.

Tabla 25 de contingencia Situación laboral * Aficiones * Sexo

Al analizar la diferenciación de aficiones según la situación laboral de la muestra encuestada, como cabría esperar no hay diferenciación en la predilección en función de la situación de empleado o desempleado. En ambos casos se cumple que, por este orden, las aficiones preferidas para ambos grupos son: deportes; lectura y ocio.

Tabla 26 Sexo * CC.AA. Residencia * Situación laboral * Quieres crear empresa

Lo más relevante de esta tabla es que los hombres madrileños en un 73.7 % y que están empleados en la actualidad, sí que tienen interés en crear una empresa. Por otra parte, el 70.5% de los hombres encuestados andaluces y que están empleados, sí que desean crear una empresa, frente al 59.5 % de los hombres catalanes que actualmente desempeñan un trabajo asalariado y tomarían la decisión de crear una empresa nueva.

En el caso de las mujeres, el 40.5 % de las catalanas que tienen un empleo en la actualidad crearía una empresa, siendo este dato irrelevante en el caso de las demás comunidades autónomas analizadas.

Tabla 27 Sexo * Rango edades * Situación laboral * Quieres crear empresa

El mayor porcentaje de los empleados, tanto hombres como mujeres que desearían crear una empresa, se encuentra en un rango de edad entre 25 y 35 años, un 54.3% de las mujeres empleadas y un 51.9 % de los hombres, mientras que este rango de edad para los hombres no es el más óptimo para emprender, sino el rango de más de 35 años, el 68.3%. Las mujeres, por su parte, prefieren emprender más jóvenes, con menos de 25 años, en un 42.1%

Mientras que el 72.7% de los hombres desempleados con más de 35 años emprendería un nuevo negocio, y el 66.7% de las mujeres menores de 25 años se arriesgaría a abrir una empresa.

**Tabla 28 Sexo * Sector y TIC crear empresa propia * Situación laboral
* Quieres crear empresa**

El sector relevante en el que los encuestados, tanto empleados como desempleados, crearían una empresa es el de los servicios. Por sexo, la encuesta muestra que el 72.3% de las mujeres empleadas crearía una empresa en el sector servicios, frente al 58.9% de los hombres. Entre los desempleados, el 73.1 % de las mujeres crearía una empresa en el sector servicios y el 63.3% en el caso de los hombres.

**Tabla 29 Sexo * Sector crear empresa propia * Situación laboral *
Quieres crear empresa**

Esta tabla es igual a la anterior, pero en la cual no se incluye como sector adicional el sector TIC. Por ello nos parece más relevante el análisis de la tabla 28, al incluir este sector adicional.

**Tabla 30 Sexo * Sector empresa familiar * Situación laboral * Quieres
crear empresa**

Para los emprendedores que deciden crear una empresa dentro del sector de la empresa de su familia, nos encontramos con que el 48.9% de las mujeres empleadas en la actualidad, iniciaría una empresa en el sector servicios que es el que ya conoce.

Los hombres harían lo mismo, arriesgar en una empresa de un sector que conocen por lazos familiares en un 43.3%.

Tabla 31 Sexo * Familiar con empresa * Situación laboral * Quieres crear empresa

Del total de los encuestados el 58.1% tienen un familiar con empresa frente al 49.1% que no tiene tradición familiar. De este total de encuestados con tradición familiar el 31.9% son hombres y el 26.2% son mujeres.

Del total de los encuestados y que muestran su espíritu emprendedor, el 70.6% tienen algún familiar empresario, de los cuales el 28.9% son mujeres y el 41.8% son hombres. Frente al 29.4% de potenciales emprendedores que no tienen tradición empresarial, siendo en este caso el 8.8% mujeres y el 20.6% hombres.

El 72.3% de las mujeres encuestadas con un familiar empresario y que actualmente están empleadas crearía una empresa propia, mientras que lo harían el 66.7% de los hombres. En comparación con aquellos que no tienen un familiar empresario. Pero en los hombres pesa más que en las mujeres el que tengan un familiar con empresa.

Las mujeres desempleadas decididamente iniciarían una empresa, aquellas que tienen un familiar empresario en un 84.6%, mientras que los hombres desempleados se atreverían en un 66.7%. Y no se arriesgan a poner en marcha una empresa el 51.7% de las mujeres empleadas y que tienen un familiar empresario, frente al 40.5% de los hombres. Respecto a las mujeres desempleadas, el 53.8% de las encuestadas que no tiene un familiar empresario no iniciaría un negocio y el 46.2% de las que sí tienen un familiar empresario y no tienen empleo en la actualidad tampoco se atreverían a emprender.

Tabla 32 Sexo * Años de experiencia * Situación laboral * Quieres crear empresa

La mayoría de los encuestados que llevan más de 3 años trabajando en el sector emprenderían un nuevo negocio, aunque estén trabajando en la actualidad, el 85.1% de las mujeres y el 85.6% de los hombres. Por otro lado, los porcentajes

son inferiores entre los desempleados, ya que los hombres se arriesgarían en un 60 % cuando tienen más de 3 años de experiencia pero un 30% lo intentaría con de 1 a 3 años de experiencia. Las mujeres muestran la tendencia inversa ya que el 61.5% emprendería un negocio con una experiencia reducida, de 1 a 3 años, mientras que el 26.9% necesitaría más de 3 años de experiencia para arriesgarse a iniciar un negocio.

No crearían una empresa aquellas mujeres que tienen experiencia de más de 3 años en un 60.3%, ni los hombres en un 65.5%. Estos porcentajes se reducen cuando la experiencia es inferior.

Tabla 33 Sexo * Estudios realizados * Situación laboral * Quieres crear empresa

En función de los estudios realizados a la hora de tomar la decisión de emprender encontramos que el 53.2 % de las mujeres empleadas crearía una empresa después de acabar sus estudios en ciencias sociales, mientras los hombres no saben o no contestan en su mayoría, pero un 28.9% de los que acabó una carrera en ciencias sociales se arriesgaría.

Entre las mujeres desempleadas, la mayoría con independencia de su formación, no sabe o no contesta si quiere crear una empresa, mientras que los hombres, que acabaron una formación en ciencias sociales, en un 36.7%, iniciaría una empresa aunque esté desempleado.

Tabla 34 Sexo * Máster * Situación laboral * Quieres crear empresa

De forma general se confirma que el mayor espíritu emprendedor, tanto en hombres como en mujeres, se concentra entre aquellos participantes en primer lugar en el programa EMBA y en segundo término en el GESCO, con gran diferencia respecto al resto de Programas Máster.

Tabla 35 Sexo * Aficiones * Situación laboral * Quieres crear empresa

Encuestados los participantes sobre sus aficiones, encontramos que la mayoría de ellos, tanto hombre como mujeres, empleados o no, son aficionados a los deportes, más que a viajar, leer, escuchar música, ir al cine o teatro, pasar tiempo con la familia o descansar, bailar o charlar con amigos.

Todos conocemos las ventajas del deporte como terapia de evasión de los conflictos laborales, pero la afición al deporte por parte de los futuros emprendedores puede estar enlazada con una habilidad que difícilmente se puede enseñar en un aula: el liderazgo. En general, los deportistas tienen un alto nivel de destrezas, además si el deporte que practica es de equipo, podemos encontrar que el líder de un grupo (o equipo) proporciona la dirección y los recursos necesarios para ayudarle a serlo; suele ser sensible a la situación y al entorno, en definitiva se parece mucho al director de una empresa de éxito.

Además de la inteligencia, la firmeza o la flexibilidad que se requieren para dirigir un equipo humano, los líderes encuentran en el deporte una motivación intrínseca que no está relacionada con los beneficios propios del deporte. Resumiendo, un emprendedor deportista encuentra motivaciones en su actividad que son difícilmente cuantificables pero que le señalan como un buen empresario.

4.4 Análisis multivariante factorial

El Análisis Multidimensional que se va a realizar a continuación, como ya se ha señalado anteriormente, responde a la necesidad de sintetizar información, permitiendo una mejor comprensión del estudio, pudiendo llegar en primer lugar a determinar los factores que configuran las diferencias de los emprendedores en el ámbito de estudio, alcanzando una caracterización más completa, utilizando las respuestas obtenidas de la encuesta.

4.4.1. Obtención de las Componentes que configuran las características de los emprendedores

Tras un análisis descriptivo¹⁰⁵ inicial se obtuvieron los estadísticos correspondientes al estudio de la adecuación de la muestra al modelo. Podemos comprobar que la adecuación muestral a este análisis no solamente resulta deseable, sino que presenta una muy buena adecuación a los datos, ya que la medida de la adecuación muestral de **Kaiser-Meyer-Olkin**¹⁰⁶ (*Coeficiente KMO*), que nos indica la proporción de la varianza que tienen en común las variables analizadas, presenta un valor de 0,921, coeficiente muy cercano a la unidad que es lo más aconsejado para este tipo de análisis, lo que indicaría una perfecta adecuación de los datos a un modelo de análisis factorial.

Cuadro 15. Estadísticos de adecuación muestral KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,921
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2666,392
	Gl	105
	Sig.	0,000

Mediante la prueba de esfericidad de Bartlett, como podemos comprobar en nuestro análisis, la significación es perfecta ya que obtiene el valor 0,000, inferior al nivel crítico 0,05, considerando el ajuste de las variables mediante el análisis

¹⁰⁵ El análisis de los datos se realizó mediante el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 19.0.

¹⁰⁶ Kaiser propuso en 1974 el criterio para decidir sobre la adecuación del análisis factorial de un conjunto de datos, siendo excelente adecuación muestral si el KMO está entre 0,9 y 1,0 y adecuación muestral inaceptable cuando es inferior e igual a 0,5.



factorial idóneo, condición necesaria para continuar con la Metodología Análisis en Componentes Principales (ACP).

Recordamos que el coeficiente de correlación parcial nos indica la relación que existe entre dos variables. En el Cuadro 16, se muestra un extracto de esta matriz de correlaciones, que como podemos comprobar presenta el valor 1,00 en toda su diagonal y cuyo determinante es próximo a cero, en concreto 0,001.



Cuadro 16. Matriz de correlaciones entre las variables originales

Variables		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15
Correlación	V1FormaciónAyudaCrear	1,000	,473	,282	,263	,235	,156	,113	,090	,123	,119	,074	,210	,169	,124	,139
	V2HabilidadesDesafios	,473	1,000	,395	,353	,339	,215	,223	,229	,139	,207	,153	,256	,287	,244	,294
	V3IniciativaProyectos	,282	,395	1,000	,684	,570	,530	,469	,408	,077	,181	,382	,569	,507	,542	,522
	V4HabilidadesGrupos	,263	,353	,684	1,000	,743	,598	,542	,376	,028	,188	,357	,603	,538	,581	,590
	V5GestiónConflictos	,235	,339	,570	,743	1,000	,532	,444	,391	,072	,212	,297	,627	,503	,576	,584
	V6AsumoFracasos	,156	,215	,530	,598	,532	1,000	,648	,342	,036	,116	,355	,655	,567	,591	,587
	V7ValorExitoFracaso	,113	,223	,469	,542	,444	,648	1,000	,381	,042	,151	,334	,579	,556	,525	,558
	V8VerOportunidades	,090	,229	,408	,376	,391	,342	,381	1,000	,110	,115	,305	,348	,447	,490	,413
	V9AmbienteFamiliar	,123	,139	,077	,028	,072	,036	,042	,110	1,000	,140	,089	,072	,067	,065	,045
	V10FormacionContinua	,119	,207	,181	,188	,212	,116	,151	,115	,140	1,000	,245	,222	,137	,182	,217
	V11HabilidadesYConoci	,074	,153	,382	,357	,297	,355	,334	,305	,089	,245	1,000	,408	,392	,380	,410
	V12LograrObjetivos	,210	,256	,569	,603	,627	,655	,579	,348	,072	,222	,408	1,000	,691	,653	,650
	V13PlanificarObjetivos	,169	,287	,507	,538	,503	,567	,556	,447	,067	,137	,392	,691	1,000	,589	,623
	V14GenerarEmpatia	,124	,244	,542	,581	,576	,591	,525	,490	,065	,182	,380	,653	,589	1,000	,632
	V15AdminRecursos	,139	,294	,522	,590	,584	,587	,558	,413	,045	,217	,410	,650	,623	,632	1,000

Fuente: Elaboración propia

Al aplicar un análisis factorial a las variables originales es posible encontrar grupos de variables con significado común y conseguir de esta manera reducir el número de dimensiones necesarias para explicar las respuestas de los sujetos estudiados. Se pretende retener, la menor pérdida de información original posible. Los factores retenidos están formados por combinaciones lineales de variables originales. La reducción efectiva de la dimensión se produce al seleccionar entre los factores aquellos que tienen la mayor capacidad explicativa del conjunto de las variables originales.

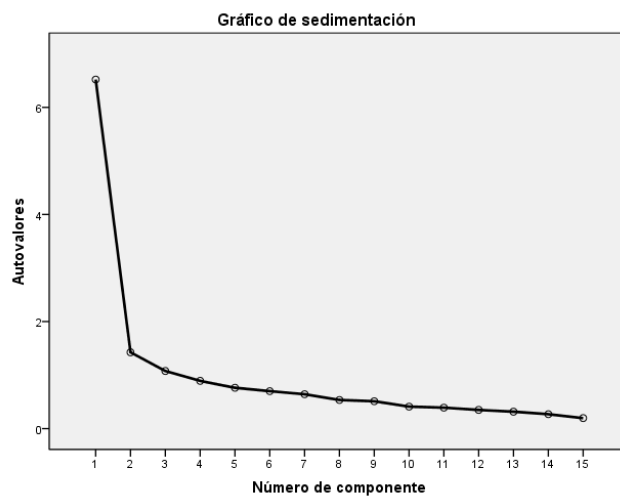
A partir de la varianza total explicada (Cuadro 17) se extraen los componentes, indicando únicamente aquellos que han sido retenidos, con el fin de agilizar y facilitar la lectura y visión de resultados. Se ha pasado de 15 variables originales a 3 Componentes, llegando a explicar algo más del 60% de la varianza total original. Los resultados reflejados en dicho cuadro, se han obtenido una vez realizada una Rotación Varimax.

En este mismo Cuadro 17, se presenta el gráfico de sedimentación de las componentes, que suele ser utilizado también como contraste gráfico para conocer el número de componentes a retener. En nuestro modelo podemos comprobar, y así lo hemos señalado, que a partir de la componente número tres el autovalor comienza a ser inferior a la unidad aunque en esta tercera componente todavía mantiene un valor alto, y además el porcentaje de la varianza explicada acumulada¹⁰⁷ asciende al 60,145%, por lo que podemos considerar que éste puede ser un valor lo suficientemente significativo para estimar que tres es un número de factores suficiente.

¹⁰⁷ Los porcentajes de varianza explicada asociados a cada factor, se obtiene dividiendo su correspondiente autovalor, por la suma de los autovalores (lo cual coincide con el nº de variables).

Cuadro 17. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	6,521	43,470	43,470	6,521	43,470	43,470	5,970	39,799	39,799
2	1,425	9,502	52,972	1,425	9,502	52,972	1,742	11,616	51,415
3	1,076	7,173	60,145	1,076	7,173	60,145	1,309	8,730	60,145
4	,892	5,947	66,092						
5	,763	5,087	71,179						
6	,700	4,665	75,844						
7	,643	4,286	80,129						
8	,535	3,568	83,697						
9	,511	3,407	87,104						
10	,411	2,739	89,843						
11	,392	2,614	92,457						
12	,349	2,329	94,785						
13	,316	2,109	96,895						
14	,269	1,796	98,691						
15	,196	1,309	100,000						



Fuente: Elaboración propia.

A partir de la solución factorial (Cuadro 18), donde se encuentran las correlaciones (o saturaciones) entre las variables originales y cada uno de los factores, es fácil inferir la correspondencia existente entre cada variable y cada uno de los quince factores extraídos.

**Cuadro 18. Correlaciones y Comunalidades entre variables y Componentes**

Matriz de componentes rotados ^(a)				Comunalidades	
	Componente			Inicial	Extracción
	1	2	3		
V1FormaciónAyudaCrear	,066	,843	,057	1,000	,718
V2HabilidadesDesafios	,216	,771	,181	1,000	,673
V3IniciativaProyectos	,685	,372	,081	1,000	,615
V4HabilidadesGrupos	,765	,340	-,007	1,000	,702
V5GestiónConflictos	,719	,320	,047	1,000	,621
V6AsumoFracasos	,800	,078	-,030	1,000	,647
V7ValorExitoFracaso	,752	,026	,033	1,000	,568
V8VerOportunidades	,553	,030	,226	1,000	,357
V9AmbienteFamiliar	-,048	,125	,713	1,000	,527
V10FormacionContinua	,147	,104	,687	1,000	,504
V11HabilidadesYConoci	,512	-,101	,431	1,000	,459
V12LograrObjetivos	,820	,132	,099	1,000	,700
V13PlanificarObjetivos	,777	,095	,089	1,000	,620
V14GenerarEmpatia	,800	,053	,113	1,000	,655
V15AdminRecursos	,796	,090	,120	1,000	,656

Método de extracción: Análisis de Componentes Principales

(a): Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser
La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Justificación e interpretación del número de factores retenidos

Finalmente se ha decidido extraer o quedarse con tantos factores como autovalores mayores que la unidad¹⁰⁸ tiene la matriz analizada, siendo en nuestro caso tres los factores seleccionados. Como se puede ver en el Cuadro 17, al representar todos los autovalores ordenados por su tamaño es posible formarse muy rápidamente una idea sobre si la cantidad de varianza asociada a cada uno de ellos es relevante para el análisis, o por el contrario se trata de varianza solo residual.

Conviene también indicar que el ACP tiene el procedimiento *Rotación Factorial* que transforma la matriz factorial inicial, en otra denominada matriz factorial rotada, más fácil de interpretar, donde los factores rotados tratan de que cada una de las variables originales tengan una correlación lo más próxima a uno que sea posible con uno de los factores, y correlaciones próximas a cero con los restantes, consiguiendo así correlaciones altas con un grupo de variables y baja con el resto.

En nuestro estudio, utilizamos el sistema de rotación de los factores utilizando la Normalización Varimax, convergiendo dicha rotación en 5 iteraciones (Cuadro 18), ya que como comprobamos anteriormente con tres componentes conseguíamos obtener más del 60% de la varianza explicada.

Con la solución factorial obtenida, donde se encuentran las correlaciones entre las variables originales (o saturaciones) y cada uno de los factores, es fácil inferir la correspondencia existente entre cada variable y cada uno de los tres factores extraídos.

Para asignar el nombre o etiqueta a la componente principal, se observa cuáles son las variables originales que están más correlacionadas con ella. Observando

¹⁰⁸ Si se siguen incorporando más componentes con autovalores inferiores a la unidad, tendríamos componentes que son menos explicativas que las propias variables originales.

la agrupación de variables originales en torno a la componente, facilita la interpretación, pudiendo determinar el nombre de la componente.

A continuación pasamos a renombrar las componentes en función de las variables iniciales que incorporan:

- **Componente 1:** Contiene el mayor número de variables originales con importantes cargas factoriales (Cuadro 18). Esta componente engloba al conjunto de atributos que se encuentran en la encuesta que manifiestan y hacen que un emprendedor, siendo decidido y estando formado, prevé y planifica para que su empresa o proyecto esté menos expuesto al riesgo. Ésta será la componente que denominaremos **Confianza en sí mismo**, y que explica por sí sola nada menos que el 39,799%, más de un tercio, de la varianza total (Cuadro 17), ocupando destacadamente el primer lugar frente al resto de componentes que estamos interpretando.

En definitiva, las variables que forman esta Componente 1 son:

- V3IniciativaProyectos
 - V4HabilidadesGrupos
 - V5GestiónConflictos
 - V6AsumoFracasos
 - V7ValorExitoFracaso
 - V12LograrObjetivos
 - V13PlanificarObjetivos
 - V14GenerarEmpatia
 - V15AdminRecursos
-
- **Componente 2:** Contiene solamente los atributos de las dos primeras variables originales con una importante carga factorial y que pueden ser consideradas como cualidades necesarias y que denominamos **Proactividad**, ya que recoge este factor los conocimientos y habilidades directivas, explicando por si sola el 11,616% del total de la varianza.

En definitiva, las variables que forman esta Componente 2 son:



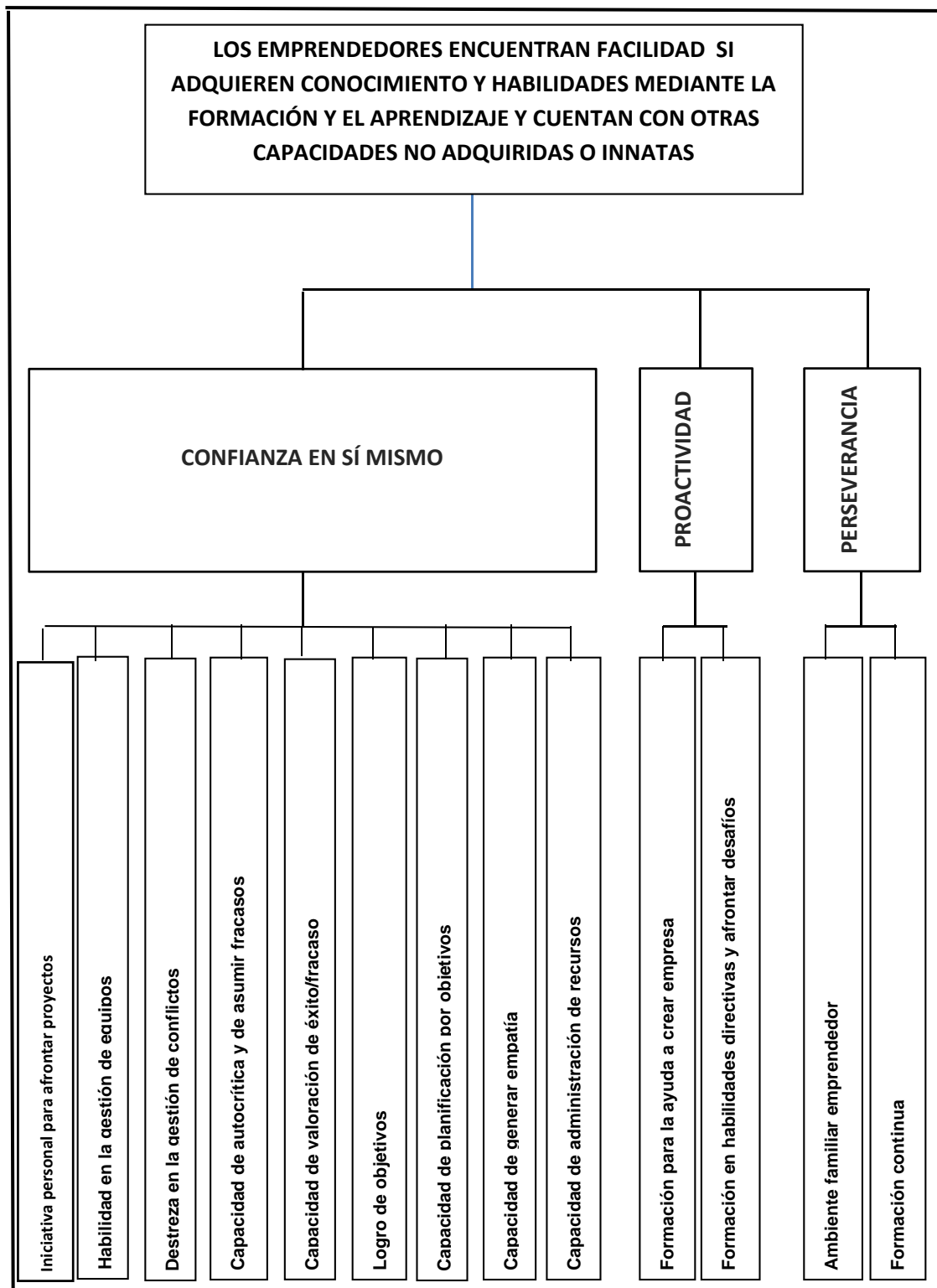
- V1FormaciónAyudaCrear
 - V2HabilidadesDesafios
- Componente 3: Dos variables conforman este factor: el ambiente familiar emprendedor y la formación continua. Con un 8,730% de la varianza total, se ha denominado a este factor ***Perseverancia***.
- En definitiva, las variables que forman esta Componente 3 son:
- V9AmbienteFamiliar
 - V10FormacionContinua

Para examinar si la estructura presentaba variaciones en función del género y/o grupo, se repitió el mismo análisis por separado, para hombres y mujeres. Los datos obtenidos arrojaron una agrupación factorial prácticamente idéntica, por lo que los resultados descritos manifiestan apoyo con respecto a la confiabilidad del estudio realizado.

Podemos decir, por tanto, que un futuro emprendedor sí que deberá de contar en principio al menos, con la adecuada combinación de estos tres factores o componentes: *Confianza en sí mismo; Proactividad y Perseverancia*.

Por último, presentamos en el Cuadro 19 el modelo científico correspondiente, después del análisis multivariante realizado, donde se observan las hipótesis básicas, las hipótesis teóricas y la teoría que se ha planteado en nuestro estudio.

Cuadro 19. Corroboración de hipótesis: Factores de Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia



Apéndice 4

Business Schools: Generators of Skills for Entrepreneurs ¹⁰⁹

¹⁰⁹ Freire y Rosado (2014). En el año 2014 en Cambridge Business & Economics Conference (CBEC) celebrada en Cambridge (UK) los días 1 y 2 de julio, organizada por Murray Edwards College. Cambridge University, presentamos esta ponencia que apareció recogida en las Actas del Congreso.



BUSINESS SCHOOLS: GENERATORS OF SKILLS FOR ENTREPRENEURS

M^a Teresa Freire Rubio ¹, Ana I. Rosado Cubero ²

¹ Department of Economics
ESIC Business&MarketingSchool, Madrid, Spain

teresa.freire@esic.es

Phone number: +34 696516272

² Department of History and Economic Institutions I. Faculty of Commerce.
Complutense University, Madrid, Spain

arosado@ucm.es

Phone number: + 34 650480646

ABSTRACT

The purpose of this paper is to present the methodology and results of a study on the role played by higher education institutions —universities and business schools from different master's degree programs—, when responding to the demands of potential entrepreneurs who are seeking to get the tools and develop the skills necessary to eventually become successful. We have proposed the use of a methodology based on a survey of students currently enrolled in master's programs, to get to know their entrepreneurial drive, the tools they consider appropriate to achieve their degrees and what they think is the best way to start a new business. Also the ultimate goal of the study is based on the results: making a proposal of academic content, theoretical and / or practical as deemed necessary, to add to these programs in order to improve the training required by future entrepreneurs.

Keywords: M13 - New Firms; Start-ups, I23 - Higher Education and Research Institutions, A23 - Graduate



1. INTRODUCTION

Historically, both universities and business schools have aimed to be places which provide useful tools for future entrepreneurs and business men or women, so that young students acquire, from their training in these institutions, the necessary skills and knowledge to learn how to be successful in their jobs. In fact, the Spanish 2012 GEM report evidences the lack of entrepreneurial education and training contents in specific business administration and management programs. Ultimately, their role and good work will be rewarded by the success of the knowledge acquired by the students during this training. Within this area, our analysis has been focused specifically on master's programs developed by business schools, for they have a great tradition in developing more specific trainings based on business management and enterprising skills. .

Having thus aimed to see the correlation between the training acquired in these master's programs and the determining variables of entrepreneurship, a research project was raised at ESIC Business & Marketing School. Its Department of Research approved the implementation of a research project, which aimed to identify successful entrepreneurs' features or qualities and also the master's program training ones, since these programs can help encourage those entrepreneurial skills. It was decided to conduct an analysis on a survey made from two points of view and addressed to two different audiences and profiles:

A. Analysis of the variables that influence entrepreneurship through a predictive model of Artificial Neuronal Networks.



In this case, the survey is aimed at people who "already engaged": The sample was obtained from all the "start-ups" created inside incubators, within the network of Madrid Emprende. These business incubators are characterized by direct connection and, in many cases their own origin, linked to a university in Madrid. The role played in this case by the university, is to provide technical, legal and financial support to emerging entrepreneurs. Thus there are significant cost savings associated with the start of any business initiative. Business incubators provide entrepreneurs and advise them, mainly when they are looking for initial capital to start a business, and afterwards, they offer them constant support through the universities.

We can therefore conclude this introduction to this study, with the role of incubators fostering entrepreneurship and the role of the university, participating in the incubators project and transferring knowledge from the university professors to the future incubator entrepreneurs, advising and assisting them on the creation of new companies

In this part of the study, we work with the survey of 106 entrepreneurs located in different business incubators, and the results obtained on the survival of these start-ups, keeping in mind that survival is measured as a waiting period of at least two years. At present-day, after the collection and processing of all data, surveys are in their first year evaluation process.

B. Determinants of entrepreneurship: skills and tools developed in Master's Programs



The survey in this case is aimed at potential entrepreneurs, who, at the time of data collection, are studying a master's program which has been selected for the sample.

Throughout this article we will focus on the development of this part of the study, explaining the methodology used for development.

The aim of this survey is double, on the one hand, seeing the evolution of companies who are already in a business incubator, and therefore they have already taken the initiative to launch and, on the other hand, comparing the two surveys (business incubator entrepreneurs and master's program students) and observing the similarity among entrepreneurs already underway and potential entrepreneurs (current master's students). That is, tracking the start-ups in order to check which of them achieve to become a well-established company.

We can get relevant information from the above comparison, like the training relationship between these students' Master and their degree of entrepreneurship, and then, we can compare both, master students and the common characteristics of current entrepreneurs.

2. ECONOMIC LITERATURE REVIEW ON ENTREPRENEURSHIP

The research project seeks to shed light on the appropriateness of allocating public grant start-ups, also known in Spanish by the English word "start-ups", and, at the same time, to stand out how conclusion would be promoting innovation through university. We will analyse the tradition of helping start-ups through the main lines of the history of economic thought, regarding the suitability of a particular type of public grants or action. Our research was focused on businesses defining the variables that shape entrepreneurs



as eligible subjects; and concluded with a proposal aimed at students from a specific university predisposed to entrepreneurship which allowed them to develop the skills necessary to make an original idea become successful.

The tradition of this line of thought is connected with the protection that any state should keep on their industry when products come from overseas, as well as with the theory of international trade. Among the classical economists, such as Jean Baptiste Say and John Stuart Mill, few suspected to be disposed to government intervention in the market economy, they do not hesitated to say that while aid is brief, states must help their new businesses or start-ups, bearing in mind that classical economy compared business life with the human life cycle. J.B. Alfred Marshall, it had to be him, argues that the more firms are in any market, the more the competition increases and the lower the prices are, creating welfare for consumers. However, it seems convenient to help start-ups, and, using Marshall's owns words: "until they achieve sufficient economies of scale to survive within its market."

In the late twentieth century emerges an economic theory known as the theory of human capital accumulation, which argues that companies not only accumulate physical capital if they do the same with human capital; therefore, much of this capital has been acquired by the method of "learning by doing". This idea could be transferable to university education because it allows teaching students from a more theoretical training to a more practical one. Business schools collect this experience and make it their own, training professionals using more tools and skills; abandoning the old way of teaching.



The idea of universities improving their teaching tools, including training for entrepreneurs, joined the project to launch business incubators, where students learn by doing this activity and their companies begin to take shape with the growth of self-employment (mainly due to the fact that the last millennium began with a crisis). Following the old ideas of the nineteenth century, university incubators try to help start-ups, for example, by promoting them through any municipal corporations. Start-ups should also enjoy some kind of state aid, at least temporarily, without forgetting that market distortion must be minimum.

Curious thing about this initiative is that in the United States (Erlewine, 2007) incubators and start-ups produce a high rate of return, primarily via taxation, but also through synergies within entrepreneurs working in the same incubator. And the proliferation of all kinds of incubators is a booming business. With them, creating companies is easier. With a little investment, a computer terminal, a conference room, Internet access, authorization to bind links to the activity log, collecting taxes, other bureaucratic clearances, and employing an entrepreneur, you can start a company which shall become an established company.

Once we have a theoretical argument to defend the willingness of helping start-ups, a significant part of the project is to find the best methods for assessing these projects' viability. Universities should make a cost-benefit calculation to check if it's profitable to launch the business incubators. At the beginning, no more than a physical space with several terminals (to be used by students in turns) and a small meeting room. The analysis will include the cost of the advice needed to start the business, which should be offered by university staff, and, on the other hand, obtaining permits access to a more



ministerial link used by entrepreneurs. The University will face costs in infrastructure, or reallocation of available spaces, in addition to the costs input (electricity, internet, cleaning, etc.) in order to offer a real incubator for their students.

3. METHODOLOGY

We pursued a relationship between entrepreneurship and the academic training of future entrepreneurs. For this purpose, we have selected master's programs, where a future entrepreneur can find complementary education to their main training in business administration and also a few questions for a questionnaire, in order to be able to identify entrepreneurship traits among students who are already participating in our master's programs. The methodology and techniques used to achieve this goal will be discussed below.

3.1 Development of the Survey

All literature on the entrepreneurial process, and the characteristics that make an entrepreneur effective, agrees on the fact that the entrepreneur is:

"A person who can generate a new entity or organization by getting, combining and coordinating human, technical, material and financial resources for the purpose of achieving certain goals."



Successful entrepreneurs act effectively, transmitting enthusiasm to the people around them and creating a favourable environment to achieve their goals. This statement is based on three elements proved by experience:

1. Entrepreneurs have net personality traits that constitute a psychological profile, which compels them to start a creative process and transform it taking risks.
2. This profile is associated to certain behaviours that can be trained, which would influence the level of effectiveness or outcome of the venture.
3. The subject's environment affects the magnitude of the enterprise; more and better social opportunities improve the chances of a higher quality and the sustainability of the initiatives.

Learning how to be an effective entrepreneur is a long and complex process that requires a method and practicing the use of certain instruments. First, it is necessary to develop cognitive, emotional and social techniques. Second, the entrepreneur needs certain knowledge and skills to express these techniques with an effective way; this is what we call entrepreneurial skills.

ENTREPRENEURIAL SKILLS:

NATURAL SKILL + TECHNICAL KNOWLEDGE + SYSTEMATIC TRAINING

Other studies have also shown that creativity, innovation and controlled-risk taking are the traits that define every entrepreneurial profile "per se" and the critics to the



business entrepreneur. We could also name another set of attributes that are commonly associated to an entrepreneurial profile in a greater or lesser extent, although these features are also present in non-entrepreneurs, trained or developed, which influences the level of success of the venture. Research in this area, combined with the practical knowledge, leads us to postulate that entrepreneurs have an effective behaviour associated with five main traits or skills of their personality:

1. Strong self-awareness and self-confidence.
2. High motivation for achievement.
3. True visionary and optimistic.
4. Planning and organization capacity.
5. Effective communicator and network generation supporter.

Based on these premises, the survey was developed for graduate students in order to:

1. Verify the presence of a certain natural ability that promotes entrepreneurship.
2. Check if they aim for some kind of specific training in order to acquire skills that will enable them to be more confident in creating businesses. It is not to be forgotten that undertaking a project is also a combination of innovation and risk, even if this is obviously a measured risk.
3. Check whether these natural ability, knowledge and training, are boosted by an entrepreneurship background in the family.



The relationship of variables or items used in the design of the quick is shown in Table 1, which includes a description of each of the variables.

Table 1: Questionnaire

1	The knowledge acquired in my education, both undergraduate and graduate, have helped me in creating a business.
2	Promoting management skills received during my training, I have generated enough confidence to take on responsibilities and face challenges.
3	I own enough personal initiative to undertake projects.
4	I own skills to manage teams
5	I have no problem in leading risk situations within the work (skill conflict management).
6	I assume so self-critical failures or setbacks at work and learn from them.
7	When taking a risk, I value the chances of success as failure, before making a decision or undertake a project.
8	Easily visualized or detected new market opportunities that can turn into entrepreneurship.
9	The entrepreneurial family environment has been a facilitating factor when undertaking new business initiatives.
10	Continuing education is key when taking on new professional challenges, brings tranquility to act and face challenges.
11	The entrepreneur is the sum of skills and knowledge.
12	I'm persevering in achieving the objectives set and able to go the extra mile to achieve them.
13	I am clear in defining the objectives and planning, designing consistent plans for achieving them.
14	I can generate empathy in my environment to build networks of support for my projects.
15	I manage and coordinate efficiently the resources used to achieve the objectives: time, money, human resources, etc.



The data collection was performed using a Likert scale of seven points: the degree of agreement or disagreement that subjects have for each sentence. Ratings:

1. Strongly disagree
2. Moderately disagree
3. Somewhat disagree
4. Neither agree nor disagree
5. Agree a little
6. Moderately agree
7. Strongly agree

Participants completed the survey on basic demographic data: age, sex, nationality, place of residence, education level and current employment status.

3.2. Justifying the selection of future entrepreneurs

The majority of the sampling has been collected from the master's program of ESIC Business & Marketing School, due to the fact that this school represents a significant weight within the education Spanish market. At the same time, the classical ESIC training for Entrepreneurship is very relevant in Spain and, additionally, ESIC has the advantage of having different subsidiary schools throughout the Spanish territory. All together allow us to get enough information to study data, and to draw conclusions at will; while offering us different data to distinguish between diverse geographical areas. For instance, defining a common variable between future entrepreneurs or even categorize some media or entrepreneurship based on social characteristics of different areas. In



addition, in the sample survey, we have included participants of two specific Master's programs in entrepreneurship taught at two public universities of Madrid: the Faculty of Commerce (Complutense University of Madrid, UCM) and the Faculty of Social and Legal Sciences (Rey Juan Carlos University of Madrid, URJC).

In the final sample a total of 387 questionnaires have been collected from which we try to obtain indicative results on the skills and knowledge among participants studying a master's program in order to promote and categorize the profile of future entrepreneurs.

3.3. Analysis of the variables

The development of computer technology over the last two decades has made possible extraordinary advances in the development of techniques or methods aimed to multivariate data analysis, an analysis that bivariate and univariate statistical studies have been unable to get.

The basic objective of the analysis is to analyse and summarize multivariate large amounts of data and variables, according to certain objectives in order to obtain valid information that allows a better understanding of the phenomenon under study. The simplified representation of large amounts of data has been configured as a remarkable tool for synthesis. Besides, its application domain has expanded exponentially since computer tools developed and made possible the individual treatment, storage and acquisition of information.



The Principal Component Analysis (PCA) is a statistical technique for synthesising information or reducing the size (number of variables). That is, to a file or database with many variables, the target will be reduced to fewer, losing as minimum information as possible. The new factors or principal components are a linear combination of the original variables, and will also be independent. A key aspect of the PCA is the interpretation of the factors, since it is not given *a priori*, but will be deducted after observing the relationship of the factors with the original variables. It will be vital to have knowledge on the subject under investigation. Another important aspect to consider is that a PCA makes sense if there are high correlations between variables, as this is indicative that there is redundant information and thus, few factors explain much of the total variability. A higher variance incorporated into each of the components, means that it contains a greater amount of information.

A.- Obtaining the components that build an entrepreneur's traits

After an initial descriptive analysis we obtained statistics for the study of the adequacy of the sample to the model. We can see that the sampling adequacy for this analysis is not only desirable, but also fits really well with the data, as the measure of sampling adequacy Kaiser-Meyer-Olkin (KMO coefficient), which indicates the proportion of variance shared by the analysed variables, it has a value of 0.921, coefficient very close to a unit which is most recommended for this type of analysis, which indicates a perfect fit of the data to a factor analysis model. By Bartlett's test of sphericity, as we can see in our analysis, the significance is perfect as it gets the value 0.000, below the critical level



0.05, considering the adjustment of variables using the factor analysis suitable, necessary to continue Methodology with ACP.

By applying factor analysis to the original variables, we can find groups of variables with common sense and therefore reduce the number of dimensions needed to explain the answers of the subjects studied. It intends to have the least possible loss of original information. Retained factors are formed by linear combinations of original variables. Reducing the dimension effectively occurs when you select among those factors that have the greatest explanatory power of all the original variables.

From the total, explained variance components are extracted indicating only those who have been retained, in order to expedite and make the reading and the results viewing easier. It has grown from 15 original variables to 3 components, coming to explain more than 60% of the original total variance.

In our model we can see, and we have said, that from the number three component, the auto value begins to be less than a unit, even in this third component still has a high value, and also the percentage of explained variance amounts accumulated to 60.145%, so we can consider that this may be a value significant enough to believe that there is a sufficient number of factors.

From the factor solution, where the correlations (or loadings) between the original variables and each of the factors, it is easy to infer the correspondence between each variable and each of the twelve factors extracted. Communalities obtained for each of the variables after the extraction can help to check variables such as "knowledge help create business" with a 0.718 commonality, "the skills to manage teams" with a 0.702 or "perseverance to achieve objectives" with a 0.904. These explain variance in a greater



extent according to their participation in the factors or components resulting in the analysis, while variables like “visualize market opportunities”, with a 0.357, is less representative for such variance.

B.- Justification and interpreting of the number of factors retained

Finally it was decided to remove or keep as many factors as auto values greater than a unit the analysed matrix has, being three, in our case, the selected factors. Representing all auto values sorted by size may give you a quick idea of whether the amount of variance associated with each analysis is relevant or otherwise it is just residual.

It should also be noted that the PCA has a Matrix Factorial Rotation Procedure, which transforms the first factorial matrix in another one called rotated factorial matrix, easier to interpret, where rotated factors try each of the original variables to have the nearest possible correlation one with a factor, and near zero correlation with the other, obtaining high correlations with a variable group and low correlations with the rest.

In our study, we use the rotation system Normalisation factors using Varimax rotation converged in 5 iterations, because, as we saw above with three components, they were getting more than 60% of the explained variance. With the factor solution obtained, where the correlations between the original variables (or saturations) and each of the factors, it is easy to infer the correspondence between each variable and each of the three factors extracted. Note that the original pool variable around the component makes interpretation easier and may determine the name of the component.

We will now rename the components according to the initial variables that incorporate:



Component 1: Contains the most important original variables with factor loadings. This component comprises all attributes found in the survey that show and make a determined and trained entrepreneur to anticipate and plan events so that his/her company or project is less exposed to risk. This will be the component we will call Self-confidence, and which explains just by itself the 39.799%, more than a third, of the total variance, occupying outstandingly the first place before the rest of the components that are being interpreted.

Component 2: Contains only the attributes of the first two original variables with significant factor loadings which may be considered necessary qualities. We call it Proactive, since this factor reflects the knowledge and management skills, alone explaining the 11.616% of the total variance.

Component 3: Two variables make up this factor: the family atmosphere and entrepreneurial training. With an 8.730% of the total variance, has called this factor Perseverance.

To examine whether the structure showed variations by gender and/or group repeated the same analysis separately for men and women. The data obtained showed a virtually identical factorial grouping and therefore supports the results described regarding reliability study

4. CONCLUSIONS

After the analysis of the variables collected in the survey and knowing all crossings and conclusions on statistics, taken as a relevant variable current employment status, employed or unemployed, and identifying student's willingness to create companies, we



have concluded that the currently employed students are those with a higher propensity for entrepreneurship . As we have found, in regard to the type of program attended by students for identifying entrepreneurial spirit, EMBA and GESCO programs are the main chosen, before other more specific training programs.

In the relationship between employment status and interest in starting a business, out of the total number of students who want to create a company 70.6% are currently employed and 28.9% were unemployed at the time of answering to the survey. By gender, we conclude that the 64.4% of women already employed want to start a new company, compared to the 35.6% of unemployed women. On the men's side, a 74.4% of company employees are willing to start-up, compared to the 24.8% of unemployed men which answered that they would like to create a new company. The highest percentage of employees, men and women, who want to start a business is within an age range between 25 and 35 years, 54.3% are employed women and 51.9% employed men. This range age for men is not the most optimal to undertake a business, the best range is older than 35 years: 68.3%. Women, on the other hand, prefer to undertake a business younger, being less than 25 years old: 42.1%. While 72.7% of unemployed men over 35 years old would undertake a new business, 66.7% of women younger than 25 would also risk starting a business.

As for the programs, the most predisposed to create new businesses are the students who chose both programs, EMBA and secondly GESCO (Management and Marketing). EMBA, Executive Master and Business Administration Program, is a peculiar program because experience is required for enrolling the master's program and EMBA are more suitable for people with entrepreneurial spirit. Analyzing by gender, EMBA is chosen mainly by men, while women are more willing to start studying at the GESCO.



Analyzing all students in all programs surveyed, we conclude that 50.8% want to create a new business whereas 49.2% showed no interest in entrepreneurship. Most of the students who want to undertake a new business are divided in two programs, EMBA and GESCO, and more precisely, 16.5% of EMBA students say that they want to create companies and only 15.2% of GESCO's students state the same. Also, these data contrast with the other programs', where students with interest in creating new companies represent 3.9 % in DRHO; 2.9% in MBA full time, 2.6% in MBA entrepreneurship (UCM), 1% in MDF, 1.3% in MPC, 2.1% in MRI (URJC); 1.3% in PSDC; 2.6% in PSDV and 1.3% in RRHH.

Revising both gender and programs' students, we want to emphasize that students predisposition for entrepreneurship is given when they are employed, which is paradoxical, because it could be expected that those who are unemployed should be more willing to undertake a new company due to his personal uncertain job situation. Students more inclined to entrepreneurship are those who have studied social sciences, in contrast with those who have finished technical, humanistic or legal studies. Another important finding in our survey is that those who are currently employed are those who have interest in creating a new company whereas the unemployed show no interest. Despite the above data, we notice that a significant part of the unemployed students (35.7% of them) do not know or do not answer if they are interested in starting a new business.

The relevant sector in which students, employed and unemployed, would create a company is the service sector. By gender, the survey shows that 72.3% of employed women would create a company in the service sector, compared to a 58.9% of men.



Among the unemployed, 73.1% of women would create a company in the service sector while 63.3% of men would do so.

As a significant variable and highly relevant to our study is the relationship between the sector in which students have developed or are currently developing work experience and the economic sector in which they would be willing to start a new business. This means, how precise knowledge of any sector generates less uncertainty at the moment of undertaking new businesses. This hypothesis is confirmed by the results where the majority of respondents who spent more than three years working in any sector would undertake a new business within this sector, even if they are currently working: 85.1% of women and 85.6% of men. On the other hand, the percentages are lower among the unemployed, since men would risk by 60% when they have more than 3 years' experience but 30% would try a new firm, just with 1 to 3 years' experience. Women show the opposite, 61.5% would undertake a business with limited experience of 1-3 years, while 26.9% would need more than three years of experience to start a business. These percentages are reduced when the experience is less.

These conclusions are, from our point of view the most significant, since the study includes many important variables as we noted at the methodological, and completes a comprehensive analysis of the results obtained with the study, leaving a chance to make a more detailed analysis that would go beyond the scope of this paper. A review of the academic programs should be made after a thorough analysis of the data collected by quiz.



Bibliography

- Adkins, D. (2002). A Brief History of Business Incubation in the United States. Ohio: NBIA Publications.
- Astebro, T. , & Bazzazian, N. (2010). Student Start-ups and local economic development. London: Proceedings of DRUID Conference.
- Boyd, K. (2006). Developing a Business Incubation Program: Insights and Advice for Communities. Ohio: NBIA Publications.
- Bryman, A. , & Cramer D. (2011). Quantitative Data Analysis with IBM SPSS 17, 18 and 19: A Guide for Social Scientists. New York: Psychology Press.
- Cammarata, K. (2003). Self-Evaluation Workbook for Business incubators. Ohio: NBIA Publications.
- Cuervo, A., Ribero, D., & Roig, S. (2007). Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. Valencia: Fundación Bancaja
- De Vicente y Oliva, M.A., Manera Bassa, J., & Blanco Jiménez, F.J. (2000). Análisis multivariante para las ciencias sociales. Madrid: Dykinson.
- Erlewine, M. & Gerl E. (ed.) (2004),. A Comprehensive Guide to Business Incubation. (2nd ed. Completely Revised). Ohio: NBIA Publications.
- Erlewine, M. (2007), Measuring Your Business Incubator's Economic Impact: A Toolkit. NBIA Publications. [Available at www.nbia.org/toolkit]
- Espíritu Olmos, R., & Sastre Castillo, M.A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Madrid: Cuadernos de Estudios Empresariales, vol.17, 95-116.
- Espíritu Olmos, R., & Sastre Castillo M.A. (2012). Why women claim to be less entrepreneurial than men. Cap 8: Galindo, M.A. and Ribeiro, D. (ed.). Women's Entrepreneurship and Economics, International Studies in Entrepreneurship. New York: Springer.
- Freire Rubio, M.T. (2007). Economía para Bachilleres (Estado de la Cuestión). Revista Libros de Economía y Empresa. Año II, Número 4, Diciembre 2007. 43-46. Madrid: Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. Fundación Caja Duero.
- Freire Rubio, M.T., & Cuerdo Mir, M. (2008). Introducción a la Microeconomía. Comportamientos, intercambio y mercados. (3^a ed). Madrid: ESIC Editorial.



GEM (2012). Global Entrepreneurship Monitor, Informe GEM España 2012. [Avaliable at www.gemespaña.es]

GEM (2008/09/10/11/12). Global Entrepreneurship Monitor, Informe Ejecutivo GEM España.

Hair, J., Anderson, R.E., Tatham, R. & Black, W. (1998). Multivariate Data Analysis. New Jersey: Prentice Hall.

Harman, H. (1980). Análisis factorial modern. Madrid: Saltés.

Kinnear, [P. R.](#), & Gray C. D. (2010). IBM SPSS Statistics 18 Made Simple. New York: Psychology Press.

Knopp, L (2007). 2006 State of the Business Incubation Industry. Ohio: NBIA Publications.

Lizasoain, L., & Joaristi. L. (2003). Gestión y análisis de datos con SPSS versión 11. Universidad del País Vasco. Madrid: Thomson-Paraninfo.

Lucas, R. (1988). On the mechanics of economic development. Journal of Monetary Economics, 22: 3-42.

Marshall, A. [1890] (1948). Principles of economics of industry. London: MacMillan and Co.

Mill, J.S. [1848] (2006). Principles of Political Economy. Indianapolis: Liberty Fund.

Monkman, D (2010). Business Incubators and their role in Job creation. Ohio: NBIA.

Múria Albiol, J., & Gil Saura, R. (1998). Preparación, Tabulación y Análisis de Encuestas para Directivos. Madrid: ESIC Editorial.

Nordeman, R. (2008). State Aid in the EU, economic and legal aspects. Bachelor Thesis. Lund University.

Pardo Merino, A., & Ruiz Díaz, M.A. (2002). SPSS 11: guía para el análisis de datos. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.

Rosado Cubero, A. (2010). Barriers to competition. London: Pickering and Chatto,

Rosado Cubero, A. & Freire Rubio, M.T. (2012). Start-ups: The University as promoter, main lines of research. European Journal of Business Research (EJBR), vol 12, Nº 2. 90-97

Say, J.B. [1803] (1972). Traité d'Economie Politique. France: Calmann-Levy.



Universidad de Santiago (1999). Emprendimiento Juvenil. Santiago de Compostela:
Instituto de la Juventud.





Capítulo 5

CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN





5.1. Conclusiones

Para concluir este estudio, se puede argumentar que promover incubadoras universitarias podrían justificarse, en nuestra opinión, sólo en un primer momento del nacimiento de las empresas. El siguiente paso sería conectar estas empresas nacientes con el mercado abierto nacional e internacional. La razón principal para apoyarlo sería el hecho de que las inversiones en incubadoras podrían ser consideradas como un desperdicio de dinero en un principio, y un ataque al principio de libre competencia de los mercados. No obstante, hemos encontrado argumentación económica que sostiene la ayuda a las empresas nacientes.

El primer vínculo se origina en la relación clásica entre el comercio internacional y las industrias nacientes (el nacionalismo productivo) pero esta idea podría extenderse a las empresas ya instaladas dentro de la misma industria y en un mismo país; donde el nacionalismo se transforma en libre competencia entre empresas. Es decir los empresarios instalados en una industria pueden considerar una amenaza a las nuevas empresas que inician su actividad en una incubadora, y alegar competencia desleal, ya que la entrada en un programa de incubadoras supone una reducción de costes significativa para el emprendedor.

Nuestro argumento para defender las inversiones a la hora de promover las incubadoras se basa en el hecho de que las incubadoras universitarias generan sinergias de dos maneras diferentes: en primer lugar, aumentando la contratación de mano de obra que significa mayor desarrollo económico; en segundo lugar, sería conveniente tener en cuenta que las incubadoras constituirían una excelente herramienta para enseñar a los nuevos empresarios. Ofrecer a los estudiantes toda la información necesaria acerca de los planes de negocio de éxito, clasificados por actividades, ciudades, países, etc., nos parece una excelente idea.

En un principio no tenemos por qué sospechar que las tasas de natalidad y mortalidad de empresas serán distintas entre empresas del mismo sector económico que operen en el libre mercado en comparación con las que iniciaron su actividad con la protección de las incubadoras. Por tanto, el éxito del



emprendedor recaerá en su idea y no en la ventaja de costes que le ofrece la incubadora.

Nuestra encuesta arroja luz sobre el perfil de emprendedor, el cual se corresponde mayoritariamente con un hombre madrileño o andaluz, seguido por un porcentaje menor de emprendedores en Cataluña. Este elegiría el sector servicios para emprender, encontraría en el ámbito familiar apoyo, puesto que en su familia existiría algún empresario en activo, y tendría experiencia laboral en el sector. Además estarían trabajando en la actualidad el 85.1% de las mujeres y el 85.6% de los hombres.

Ninguno de los encuestados parece por tanto un emprendedor que se enfrente a la creación de una empresa sin mimbres de conocimientos y que además considera una buena opción la de prepararse mejor estudiando un Máster. El EMBA y el GESCO parecen los programas con mayor aceptación entre los futuros emprendedores. Además el EMBA exige experiencia previa antes de empezar el Máster, lo cual confirmaría nuestras sospechas de que sería el programa EMBA en el que deberían centrarse los mayores esfuerzos para la mejora de la formación y la introducción de contenidos específicos en emprendimiento.

Otras conclusiones obtenidas a partir de los resultados estadísticos y consensuados con el panel de expertos con el que se ha contado en este estudio de investigación, son las siguientes:

Las mujeres conceden menos importancia a las habilidades ante los desafíos que los hombres, mientras que estos conceden menos importancia a la formación y ayuda a la creación de empresas.

Tampoco los empleados consideran muy importante la formación y ayuda a la creación de empresas, mientras que los desempleados valoran menos la asunción de fracasos.

Los que tienen estudios sociales y técnicos puntúan más bajo las habilidades ante desafíos e iniciativa a proyectos, frente a los que tienen estudios humanísticos y jurídicos, que puntúan más bajo a la formación y



ayuda al emprendimiento. Aquellos, los de estudios sociales y técnicos, son los que más predisposición muestran ante el emprendimiento.

Los que no tienen familiares con antecedentes empresariales valoran más bajo la formación, las habilidades a los desafíos, la gestión de conflictos, la empatía y la administración de recursos, quizá por la falta de conocimiento de la realidad empresarial de primera mano.

De los todos encuestados, casi un 51% muestran interés en la creación de su propia empresa. Hay un mayor espíritu emprendedor entre los hombres que entre las mujeres, aunque la diferencia no es notable.

El sector de servicios es el mayoritariamente elegido por todos los encuestados, como ya se ha dicho. Después, seguido a gran distancia se encuentra el sector de las tecnologías de la información y de la comunicación, TIC.

Respecto a las aficiones de los encuestados, tanto en hombres como en mujeres casi por igual, destaca el deporte, quizá como terapia de evasión de conflictos laborales; además, los deportistas suelen presentar un alto nivel de destrezas.

Otras observaciones derivadas del análisis estadístico bivalente no parecen concluyentes.

Con respecto a las hipótesis planteadas, puede concluirse lo siguiente:

Hipótesis teóricas:

Un análisis multivariante agrupa las características de un futuro emprendedor en tres componentes o factores críticos necesarios:

- Hipótesis teórica 1: Confianza en sí mismo.
- Hipótesis teórica 2: Proactividad.
- Hipótesis teórica 3: Perseverancia.

Cada una de estas hipótesis teóricas agrupa una serie de factores o componentes que se corresponden con las hipótesis básicas planteadas:



Hipótesis teórica 1:

Hipótesis básica 3: Iniciativa personal para afrontar proyectos

Hipótesis básica 4: Habilidad para la gestión de equipos

Hipótesis básica 5: Destreza en gestión de conflictos

Hipótesis básica 6: Capacidad de autocrítica y de asunción de fracasos

Hipótesis básica 7: Capacidad de valoración de éxito / fracaso

Hipótesis básica 12: Perseverancia para el logro de objetivos

Hipótesis básica 13: Capacidad de planificación por objetivos

Hipótesis básica 14: Capacidad de generar empatía

Hipótesis básica 15: Capacidad de administración de recursos

Hipótesis teórica 2:

Hipótesis básica 1: Conocimientos adquiridos para la creación de empresas

Hipótesis básica 2: Formación en habilidades directivas

Hipótesis teórica 3:

Hipótesis básica 9: Ambiente familiar emprendedor

Hipótesis básica 10: Formación continua

La hipótesis básica 8: Capacidad de detectar oportunidades, así como la Hipótesis básica 11: el emprendedor es suma de habilidades y conocimientos, no aparecen integradas en las hipótesis teóricas. En la extracción de comunalidades del análisis factorial presentan un valor más bajo que las demás,



lo que aconseja eliminarlas del análisis. Esto es equivalente a decir que son variables que no influyen significativamente. Tanto una como otra no puntúan suficientemente en ninguna componente de la matriz de componentes rotados. Podemos, por consiguiente, concluir que un futuro emprendedor encuentra facilidad para emprender si cuenta con las capacidades siguientes: confianza en sí mismo, proactividad y perseverancia. La confianza en sí mismo implica poseer iniciativa personal, capacidad de gestión de equipos, liderar situaciones de riesgo y conflictos, ser autocrítico con los fracasos y aprender de ellos, tomar decisiones valorando posibilidades de éxito, ser perseverante, empático y administrador de recursos.

También es relevante, aunque en segundo término, proactividad y perseverancia, lo que supone un conocimiento adquirido en los estudios de Grado y Postgrado y una cierta instrucción en habilidades directivas. Además, provenir de un ambiente familiar emprendedor y la formación continua pueden ser facilitadoras.

Las primeras características descritas en primer término que conforman a un emprendedor están relacionadas con capacidades o destrezas innatas, aunque no se deben rechazar las destrezas adquiridas que parecen apreciables para el desarrollo y mantenimiento de la actitud y aptitud emprendedora.

5.2. Líneas de desarrollo futuro de la investigación

A partir del desarrollo de esta investigación y del análisis y resultados obtenidos, planteamos diferentes posibles líneas de investigación futuras, que o bien continúen este mismo proceso de estudio, o bien sean líneas complementarias.

Señalamos a continuación nuestras propuestas en este sentido:



1. Realización de esta misma encuesta con una periodicidad de 3 años.

La razón de establecer este periodo de realización (3 años) de la encuesta se debe a que consideramos más relevantes los resultados obtenidos con la información de los participantes en los distintos Programas Máster, cuando haya pasado un tiempo lo suficientemente prudencial, como para que tanto por parte de ellos haya cambiado su expectativa laboral (más iniciativa) o su proyección de futuro (en función del entorno económico), como por parte de las escuelas de negocios y universidades que en este periodo se pueden plantear cambios en los diseños de los Programas Máster.

De la comparación temporal de estas encuestas, podríamos llegar a establecer pautas que caractericen incluso cambios en las inquietudes o características de los nuevos futuros emprendedores. En definitiva, llegar a ver si perfil sociológico del futuro emprendedor va cambiando o no.

Igualmente, sería deseable poder ampliar la muestra de estudio a más escuelas de negocios, lo cual nos podría llevar a plantear la realización de dicho estudio a la Asociación Española de Representantes de Escuelas de Dirección de Empresas (AEDE), para facilitar así el acceso a los participantes de los Programas de Postgrado y Máster de las principales escuelas de negocios de España.

2. Analizar los resultados obtenidos en la encuesta, con los resultados de las encuestas de satisfacción de programa.

Llevar a cabo un análisis de los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción de programa, que los participantes de los Programas de Postgrado



Conclusiones y futuras líneas de investigación

y Máster cumplimentan al final del programa. En dichas encuestas, en el caso de ESIC¹¹⁰, se les pregunta en relación a los *Resultados del Programa*:

RESULTADOS DEL PROGRAMA

Indica **tu satisfacción** al realizar este Programa, con grado de satisfacción: Na=Nada; Po=Poco; No=Normal; Ba=Bastante; Mu=Mucho

	Na	Po	No	Ba	Mu
P1a. Si trabajas: Potenciar mi Carrera Profesional en la Empresa actual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P1b. Si trabajas: Optar a un puesto mejor en otra Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P1c. Si no trabajas: Desarrollar una carrera profesional en el área de especialidad del Programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P1d. Si no trabajas: Optar a un puesto de responsabilidad en la Dirección de una Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P1e. Fortalecer e Incrementar mis Conocimientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P1f. Crear mi propia empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P1g. Potenciar mi red de contactos en el mundo empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Y también en relación a la formación recibida:

FORMACIÓN INTEGRAL: PROFESIONAL Y PERSONAL

Indica **tu satisfacción** de la Formación en habilidades personales y profesionales que estás recibiendo durante el Programa, con grado de satisfacción: Na=Nada; Po=Poco; No=Normal; Ba=Bastante; Mu=Mucho

	Na	Po	No	Ba	Mu		Na	Po	No	Ba	Mu
P6a. Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	P6c. Formación en habilidades con herramientas informáticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P6b. Formación en habilidades de gestión directiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	P6d. Formación en trabajo en equipo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A partir de los resultados de estas encuestas podríamos contrastar los resultados con los obtenidos en nuestro estudio. Así de ese modo intentar llegar a establecer el grado de cumplimiento de las expectativas de los futuros emprendedores que se están formando, con el grado de cumplimiento de las mismas una vez realizado el programa.

¹¹⁰ Encuestas de Satisfacción de Programas de Postgrado de ESIC, realizadas por la Unidad de Calidad de ESIC y cuyo formato de encuesta y los resultados obtenidos para los diferentes programas están disponibles en la página web de ESIC (www.esic.edu)



3. Analizar y buscar la correlación entre los resultados obtenidos y el peso que tienen los diferentes seminarios de orientación emprendedora dentro de los Programas Máster.

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta y en particular, las expectativas en contenido de formación emprendedora esperada por los participantes en los Máster, ver si dichas expectativas se ven cubiertas con los diferentes contenidos/seminarios incluidos en los Programas Máster, como hemos señalado en la propuesta anterior.

Un posible objetivo sería, a partir de la información obtenida en este análisis, diseñar un programa específico de emprendimiento o mejorar los contenidos de los ya existentes, en los Programas de Postgrado y Máster.

Se plantea incluso la posibilidad o línea adicional de estudio siguiente: pasar a los estudiantes, al concluir los estudios del máster, un pequeño cuestionario para ver si han visto cumplidas sus expectativas de adquisición de habilidades y formación en emprendimiento, con la realización del Máster elegido.

Un primer borrador de encuesta incluiría.

- Mejora de habilidades con programas de contabilidad por ordenador
- Mejora en la aplicación práctica de planes de marketing
- Desarrollo de las habilidades para rellenar documentación pública
- Desarrollo en el conocimiento de la documentación pública requerida para su actividad económica.
- Técnicas de búsqueda de información
- Técnicas de búsqueda de subvenciones, ayudas europeas, etc.
- Conocimiento de organismos nacionales que tengan relación con su actividad: ICEX, cámaras de comercio, Comisión Nacional de la Competencia.
- Conocimientos de tipos de contratos para sus futuros empleados
- Técnicas estadísticas de tratamiento de datos
- Técnicas y búsqueda de estimadores de demanda.



- Conocimiento de los reglamentos municipales sobre los distintos tipos de actividad, incluida la prevención de riesgos laborales
- Conocimiento de la normativa española y europea.

4. Elaboración de Casos de Estudio sobre Emprendedores

Por iniciativa de algunos profesores de ESIC, entre ellos la autora de esta tesis, se propuso al Departamento de Investigación de ESIC junto con la Editorial de ESIC, abrir una líneas de publicación de casos de estudio, a partir de la creación de empresas por parte de emprendedores españoles. La idea de estas publicaciones de Casos de Estudio, es el poder utilizarlos en las aulas, como herramientas de trabajo a la hora de explicar asignaturas del ámbito de economía y empresa.

Dichas publicaciones se iniciaron en el año 2013, y hasta la fecha se han publicado los siguientes casos de emprendimiento:

- Creaciones Caspiel, S.L.¹¹¹
- Historia de un emprendedor. Caso IQS (Industrias Químicas Satecma)¹¹²
- Risi, S.A.¹¹³
- CTextil, S.A. La operativa de exportación de CTextil S.A.¹¹⁴
- Caso UNICEF. Comité Español. La comunicación en las Organizaciones Humanitarias¹¹⁵

El objetivo final de todas las potenciales líneas de investigación planteadas es el mismo que el de las presentadas a lo largo de la tesis doctoral: aportar, en la medida de lo posible, elementos que contribuyan a mejorar la formación en emprendimiento dentro de las Universidades y Escuelas de Negocios. Con ello se pretende colaborar en la mejora, a través del desarrollo teórico y la observación empírica, de la formación de nuestros futuros trabajadores y empresarios.

¹¹¹ Freire y Soret (2013)

¹¹² Soret y Llamazares 2013)

¹¹³ Freire y Rosado (2013)

¹¹⁴ Martín y Salcedo (2015)

¹¹⁵ Alard y Mazo (2015)





Apéndice 5

From the analysis and research of business case to the business consultancy¹¹⁶

¹¹⁶ Freire y Rosado (2015). En el Congreso de International Academy of Business and Economics (IABE) celebrado en Roma en 2015, organizado por Toma Tre University (Italia) entre el 18 y 20 de junio, presentamos esta ponencia en la que se recogen las diferentes aplicaciones prácticas de los casos de Estudio en Emprendimiento. Dicho artículo fue seleccionado para la publicación en la revista: *Journal of Academy of Business and Economics* (JABE), y publicado bajo el mismo título (Freire y Rosado, 2015).



FROM THE ANALYSIS AND RESEARCH OF A BUSINESS CASE TO THE BUSINESS CONSULTANCY

M^a Teresa Freire Rubio, ESIC Business&MarketingSchool, Madrid, Spain
Ana Rosado Cubero, Universidad Complutense, Madrid, Spain

ABSTRACT

The goal of this article is to consider business cases as a study and learning method. The first step is to analyse and study real business cases to create a learning method that allows the student to develop his business case. The student must prepare a case based on a real business and apply the knowledge he has acquired. The method we are going to analyse next can be applied to different subjects, even those which are not directly related to economics, for example, law, marketing, tourism, etc. This is why it is more a learning method than a business case although it likewise means a first approach to the comprehension of business decisions and an effective way to learn the structure and running of the business. The aim is to stimulate the student so that he can develop the necessary skills to carry out a business case and work out a business improvement proposal.

Keywords: Higher Education and Research Institutions for Business and Economics, New Teaching Methodology, Business Case, Consulting.

1. INTRODUCTION

The subject matter and its concerns derive from our teaching experience and the changes in the college education. These changes occur, in our view, because of the need to be in permanent cohesion with the technological changes that take place in our environment, most of all, the new technologies or ICT. That is to say, that our analysis emerges from the changes in the student's training, which is closely connected to this new technologies.

Our contribution is to consider the case method as a two-way process, this means to learn the concepts by examining a business case which has been previously well thought-out and published so that the student completes this learning process by elaborating his own business case. The next step will be to put into practise new ideas and to use the knowledge acquired to improve a business.

We believe that this technological revolution we have experienced during the last half a century means that the countdown for the master classes has begun. It is time to make way to new learning methods that keep with the times. This does not mean to deduct rigour to the studies but to focus the students' task making it more useful instead of memorizing knowledge or transmitting theories and concepts.

It is necessary that the teachers of all educational levels (Schools, universities, business schools...) react to the changes and adapt to this new way of teaching. We must not forget that students can now find the answers to their questions in just a few seconds on the Internet and this means, to a certain extent, that it is unnecessary for them to memorize concepts and definitions. The students can find online good quality videos elaborated by universities or trainers of renowned prestige giving a theoretical course, which makes the traditional master classes expendable.

Lets change our way of attempting teaching and lets take advantage of it to carry out case studies, practical exercises in which you have to apply the theory. Let's help the student analyse the case studies, reason the exercises, create discussion groups... All in all, lets focus the learning process on taking the subject matter into practice.



From the perspective of universities and business schools, both has historically been an on-going search to meet and provide the skills necessary for our future entrepreneurs and managers for the excellence of its business, from all the knowledge acquired during their training centers. Ultimately, his role and good work will be rewarded by the success of the knowledge acquired during this training. Within this area, in our analysis we have focused specifically on the programs developed especially Master School of Business, for the most tradition that these programs have had in more specific training aimed at developing leadership and management skills within business sector.

This approach makes us think about the kind of student or academic training are we focusing on. We must highlight as distinctive features that the target audience is a student who has access to a lot of, or even too much information, who is used to spend very little time in order to obtain the information he is looking for. Therefore he is used to receive answers immediately. This makes us realize that we must make our students develop a critical and analytical thinking. All in all, go for a practical training instead of a theoretical one. This is why we believe that the use of a case and making the students to carry out a study case is a suitable method to achieve the goal. Once we have made the students analyse real companies, we will try that they apply these knowledge's and plan business improvement suggestions. This is consultancy to a Spanish SME. The last point is that the director or the manager must help the students and assess them about the feasibility of the proposal. Not all suggestions must be successfully completed; the aim is to make the student to be creative when contributing with ideas, lines of business, use of social networks...

In the late twenty century emerges economic theory known as the theory of human capital accumulation, which argues that companies not only accumulate physical capital if they do the same with human capital; therefore, much of this capital have been acquired by the method of "learning by doing". This idea could be transferable to university education because it allows teaching students from more theoretical training to more practical. Business schools collect this witness and make it his own, training professionals using more tools and performs; throwing away the old way of teaching. The limitations to innovation and entrepreneurship are reflected also in students seeking work in a large corporation and not paying attention to educational activities aimed at creating new companies, and universities likewise offered fewer courses for entrepreneurs.

Following this line of thought, countries with more human capital can grow up and open a gap with less developed countries, insurmountable in the short term because of the delayed in human resources formation. But likewise, the most innovative companies open a gap with those who are not able to adapt to changing times and leverage their human capital in lethargy.

As our field of study is economics and business, we have applied this new learning tool connected with the subject matter of our research. We believe that the proposed method combines theory and practise so it does not replace the formal education but it is a perfect complement to carry out that training.

The idea that universities improve their teaching tools including training for entrepreneurs joined to launch business incubators so that students learn by doing this activity begins to take shape with the growth of self-employment (mainly due to the most new millennium begins with a crisis).

2. TEACHING METHODOLOGY: RESEARCH AND DEVELOPMENT OF A BUSINESS CASE

In our quest of a learning method which is more efficient and connected with the real-life business in our country, we believe the business Case Method is an advantage when explaining and understanding economic concepts because it consists of deriving a concept drawn from a real firm in business. The Case Method is not new; it is a method that has been applied for many years, especially in business schools as a learning method.

The first learning phase is to acquire the concepts drawn from real business' case analyses previously developed by the teacher or turn to different authors and institutions' published cases.



In order to success, the business cases must be worked out following criteria that address usefulness and convenience that consists of simple cases that include business real-life market situations with a less complicated drafting, that is to say, easy-to-read draft which uses an economic language that correspond to the basic theoretical concepts the student must study and analyse. On the basis of this business case analyses, the basic economic concepts can be identified and analysed, for example, type of enterprise, consumers, manufacturers, type of markets, involvement of public services in the economy, financial concepts, economic environment analysis...

Within this process of business' cases development on the part of the teacher or when choosing the cases to use, developed by other authors, we think that we should turn to business cases, SME for the most part, because in the Spanish economy that is the predominant type of company and the business model that most of our students will carry out their professional career. We also consider that in this corporate structure, the business area analyses and the business decisions are more didactic given its minor complexity so this will enable the student's learning (ESIC published some study cases).

Our research is based in the Spanish companies which are small and medium basic structure companies and the we believe that the acquired learning when we use this kind of business' are, in our view, more interesting because you must examine exhaustively each part of the company in order to detect the nature of the case (innovation case, franchise, trademark case, etc.). On the other hand, the big businesses cover all the areas of company management so the essence of success until it becomes a big company gets lost. That is why we believe that it is more didactic the use of this type of business analysis. The minor visibility of this kind of companies also helps because there is very little information about them available so the student must work out an exhaustive research.

The company research in this first phase allows us to achieve the basic concepts of the microeconomic analysis (consumption, production and market) and also those of the macroeconomic (context analyses, business cycle and its influence on the company) and also the basic concepts of international trade when analysing the business and the international expansion opportunities that the company has.

This learning phase will be completed with a second stage in which the student, who has already developed the basic skills, will be able to work out a specific business case after analysing the company and implementing the acquired learning. This is the time of "Learning by doing". To work this out, the student must select a real company and develop, following the same steps as in the studied case, its own business case. This means, business microeconomic analysis (market, consumers, competitors, functional areas of the company), also a macroeconomic analysis (economy situation, country in which the business is developed and effects of the economic cycles on the company) and also an analysis that includes the international context and positioning of the company within this environment (internationalization, international business, etc.)

This two phases, analyse-based learning and the research of particular cases, allows to bring the reality into the training and, in our view, this allows the student to develop a critical thinking and run away of the indoctrination of the theoretical training.

This process will be completed with another step in which the student, who is more trained and has developed a critical spirit, is able to suggest solutions or business improvement options for those companies under consideration. This is when the real business consulting begins.

3. ANALYSING PROCESS AND BUSINESS CONSULTANCY.

The students must learn to analyse a real business and its improvements and they must create a Power Point quickly and creatively to present their ideas in front of other people. This is very



useful in order to develop their professional activity because they will be able to defend their point of view without any problem anytime they need to do it.

We think that it is not necessary to ask the company some kind of information. The consultancy is the result of a company that wants to implement improvements so it is responsibility of the company to give the enough information to the student so that he can carry out a cost analyses that its reality.

The second aim in reference to our students, allows them to achieve a new learning facet and to put into practice the concepts learned in our qualification because they will use what they have learned in all their subjects in order to develop a good business improvement plan. The most relevant extracurricular and educational usefulness is the knowledge transfer to the Spanish society throughout a business improvement plan free of charge for the company that voluntarily collaborates with the students. The small or medium companies that the students must improve should be active at the time of the consultancy and the businessman must help the student.

Working out improvement suggestions is a new and excellent way of employability and a clear commitment between the Universities with the Spanish society throughout programs that will be defended year after year.

We would like to highlight some traditional consulting lines that we have designed according to the teaching experience. In the business management area, the strategic business plan must be deepened and this will allow the student to carry out a specific method regarding the analysis and diagnose of the company and also in the formulation of a general strategy for the company. The strategy analysis is based on the review of the product portfolio and the company's markets as well as its relative position in respect to competitors who compete in the same market. This diagnosis must support the decision-making at the senior management level by settling the key elements of success, counteracting possible risks and contributing with a differential value proposal.

The strategy management is when the board of directors set the key result areas of the strategic plan and the possible alternatives given the available resources and the entrepreneurial potential. In an increasingly competitive and complicated environment where the internationalization elements are setting up as growth drivers of the Spanish companies, an adequate formulation could mean a differential factor regarding competitors of any market. If the student offers a global methodology that relates the analysis and the drafting to a company, this could be a differential element that benefits both sides. It could establish new assessment tools focused on the market and its constraints.

In logistics we will concentrate on warehouse management and improvements on the utilization of the distribution centre. On the taxation law, we will implement the "tax due diligence", this is the revision, investigation and tax inspections of a company performed by the interest of a potential acquirer in the process of evaluation and an investment assessment. With this revision we try to carry out an entrepreneurial tax x-ray similar to a tax inspection but keeping in mind that the student-consultant has not the time, the information nor the resources with which the tax administration counts. The student-consultant will search for the information on the SME documents.

On the labour side, they will prepare the necessary materials to present the SME's updates about management of human resources in accordance with the new labour relations' model established after the labour reforms for the 2012-2013. The student must study and assess the new options of indefinite contracts that the companies have and they must pay special attention to the entrepreneurs' assistance contract and the new recruitment incentives, for example, the "flat rate" for the permanent contracts. On the other hand, they must also pay attention to the advantages and disadvantages presented by the outsourcing as an alternative to direct recruitment and make reference to employment by means of employment agencies, contractors, subcontractors, self-employment and business subrogation. Finally, the student must brainstorm improvement suggestions with the new rules of flexible management of working time, focusing especially on the uneven distribution of the workday and analysing the new part-time employment contract arrangements and working time management by means of the overtime work.



4. CONCLUSIONS AND FUTURE RESEARCH LINES

As we have stated previously, the purpose of our analysis and the developing and implementation of the case analyses, is to improve the learning method of the students and also to put into practise the skills and knowledge they have acquired in related aspects concerning the active real-world companies like the Spanish SMEs. We adapt the training in order to fulfil the company's needs and we encourage our students to suggest improvement ideas by putting into practice their critical and creative skills and we also add up some implements to their resume that they do not achieve with a formal training.

In order to achieve results of the objectives set forth, this learning project must measure the final results both at particular expertise and also the student's satisfaction regarding the learning process once finished the university education. We will carry out satisfaction surveys to the students and we will compare the results obtained by the students of previous academic years, with who we did not use this learning method, and the results of the students who have taken the same subjects after implementing this new learning method.

BIBLIOGRAPHY

- Blasco, Pablo, "¿Qué tal si España apuesta por su clase creativa?" www.sintetia.com el 10 de enero de 2014. <http://www.sintetia.com/que-tal-si-espana-apuesta-por-su-clase-creativa/>
- Blasco, Pablo, "Recordando a Colón y a Leonardo Da Vinci: ¿Y si poseemos más capital del que imaginamos?" www.sintetia.com el 4 de marzo de 2014. <http://www.sintetia.com/recordando-a-colon-y-leonardo-da-vinci-y-si-poseemos-mas-capital-delque-imaginamos/>
- Cuerdo, Miguel and Freire, María Teresa. *Introducción a la Microeconomía. Comportamientos, intercambio y mercados*, ESIC, Madrid, (3th Ed.). 2008.
- De Pablos Heredero, Carmen y Blanco Jiménez, Francisco, *Los cien errores más frecuentes del emprendimiento*. ESIC, Madrid, 2013
- Espíritu Olmos, Ricardo and Sastre Castillo M. Angel, "Why women claim to be less entrepreneurial than men". Chap 8: Galindo, M.A. and Ribeiro, D. (ed.), *Women's Entrepreneurship and Economics, International Studies in Entrepreneurship*, Springer, New York. 2012
- Freire, M. Teresa and Alonso, M. Angel; Blanco, Francisco J.; González-Blanch, Miguel, *Introducción a la Macroeconomía. Teoría y Práctica*. ESIC Editorial, Madrid, 2013
- Freire Rubio, M. Teresa y Soret Los Santos, Ignacio, *Creaciones Caspiel*. ESIC, Madrid, 2013
- Freire Rubio, M. Teresa y Rosado Cubero, Ana., *RISI*, S.A. ESIC, Madrid, 2013
- Freire Rubio, M. Teresa "Innovación". *Revista vidaeconómica.com Actualidad, Empresas y Gestión*. Nº 09. Sep-Oct, Pages 31-32. Málaga, 2012
- Freire Rubio, M. Teresa, "Economía para Bachilleres (Estado de la Cuestión)". *Revista Libros de Economía y Empresa*. Año II, Número 4, Diciembre, Pages 43-46. Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. Fundación Caja Duero, Madrid, 2007
- Martín Lacalle, Alfonso y Salcedo Fernández, Antonio, *CTextil S.A. La operativa de exportación de CTextil S.A.* ESIC, Madrid, 2015
- Rosado Cubero, Ana y Freire Rubio, M. Teresa, "Start-ups: The University as promoter, main lines of research". *European Journal of Business Research*, Number 2, Pages 90-97, 2012
- Rosado Cubero, Ana, *Barriers to competition*. Pickering and Chatto, London, 2010
- Soret Los Santos, Ignacio y Llamazares Redondo, Francisco, *Historia de un emprendedor Caso IQS (Industrias Químicas Satecma)*, ESIC, Madrid, 2013

Authors Profile:

Maria Teresa Freire Rubio, Currently she is Professor of economics and Quality Control Agent in ESIC for undergraduate studies and executive programs
mariateresa.freire@esic.edu

Dr. Ana Rosado Cubero, earned his Ph.D at the Complutense University in 1997. Currently she is Professor of international trade at Complutense University of Madrid and Director of the Consulting program for students at the Faculty of Commerce.
arosado@ucm.es



BIBLIOGRAFÍA





- Adkins, D., 2002. *A brief history of business incubation in the United States*. NBIA Publications.
- Alard, J. y. Mazo, M.E., 2015. *Caso UNICEF. Comité Español. La comunicación en las Organizaciones Humanitarias*. Madrid: Casos de Estudio. ESIC Editorial.
- Aleman, L.; Marina, J.A.; Pérez Díaz-Pericles, J.M.; Pellicer, C.; Álvarez, B. y Torrejón, J.L., 2013. *Aprender a Emprender. Como educar el Talento Emprendedor*. Barcelona: Fundación Príncipe de Girona/Aula Planeta.
- Alfonso, J., 2014. *Historia de un éxito: MERCADONA. Las claves del triunfo de Juan Roig*. Barcelona: Editorial Conecta.
- Astebro, T.B. y Bazzazian, N., 2010. *Student Start-ups and local economic development*. Londres, s.n.
- Atiya, A., 2001. *Bankruptcy prediction for credit risk using neural networks: a survey and new results*. IEEE Transactions on neural networks, 12(4), pp. 929-935.
- Ayuntamiento de Madrid, 2012. *Criterios de orientación para la realización de encuestas de satisfacción del Ayuntamiento de Madrid*. Madrid: Área de Gobierno de Hacienda y Administración Pública. BOAM.
- Balbontín, P., 2012. *El emprendimiento, primera opción en las preferencias de los jóvenes andaluces*. Andalucía ECONÓMICA, Octubre(247), pp. 6-23.
- Bean, A.G. y Roszkowski, M.J., 1995. *The long and short of it: When does questionnaire length affect response rate?*. Marketing Research, Volumen 7, pp. 30-45.
- Bello, F., 2001. *Coronel Tapioca. La aventura de arriesgar*. Colección "Empresas de éxito" ed. Madrid: Ediciones Pirámide - ESIC Editorial.
- Beltrán, L., 1993. *Historia de las doctrinas económicas*. Barcelona: Teide.
- BOE, 2013. *Ley 14/2013 de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización*. 28 septiembre, Issue 233, pp. 78787-78882.



- Boyd, K., 2006. *Developing a business incubation program: Insights and advice for communities*. NBIA Publications.
- Bryman, A. y Cramer, D., 2011. *Quantitative Data Analysis with IBM SPSS 17, 18 and 19: A Guide for Social Scientists*. London: Roudledge.
- Calzón, B., 2001. *Freixenet. Las raíces del mundo*. Colección "Empresas de éxito" ed. Madrid: Ediciones Pirámide - ESIC Editorial.
- Cammarata, K., 2003. *Self-Evaluation Workbook for Business Incubators*. NBIA Publications.
- Cantillon, R., 1778. *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. 1755 *Essai sur la nature du commerce en général* ed. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cea, M., 2009. *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Cheng, C., 1995. *A multi-layer neural network model for detecting changes in the process mean*. Computers & Industrial Engineering, Issue 28, pp. 51-61.
- Converse, J.M. y Presser, S., 1986. *Survey questions: handcrafting the standardized questionnaire*. Beverly Hills(California): SAGE Publications.
- Cuervo, A.; Ribeiro, D. y Roig, S., 2007. *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Valencia: Bancaja.
- Darwin, C., [1859], 1988. *El Origen de las Especies*. Madrid: SLU Espasa Libros.
- De Pablos, C. y Blanco, F.J., 2013. *Los cien errores del emprendimiento*. Madrid: ESIC.
- De Vicente y Oliva, M.A.; Manera, J. y Blanco, F.J., 2000. *Análisis multivariante para las ciencias sociales*. Madrid: Dykinson.
- Díaz de Rada, V., 2001. *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. Madrid: ESIC.



- Díaz de Rada, V., 2010. *Comparación entre los resultados proporcionados por las encuestas telefónicas y las personales: el caso de un estudio electoral.* Madrid: CIS.
- Ekelund, R.B. y Hébert, R.F., 1991. *Historia de la Teoría Económica y de su Método.* Madrid: McGraw-Hill.
- Erlewine, M. y Ellen Gerl, 2004. *A comprehensive Guide to Business Incubation. Completely Revised 2ª Edition.* NBIA Publications.
- Erlewinw, M., 2007. *Measuring your business incubator's economic impact: A Toolkit.* NBIA Publications.
- Espíritu, R. y Sastre, M.A., 2007. *La actitud emprendedora durante la académica de los estudiantes universitarios.* Cuadernos de Estudios Empresariales, Issue 17, pp. 95-116.
- Espíritu, R. y Sastre, M.A., 2010. *Personality traits vs work values: A comparsion of the psychological theories on entrepreneurial behavior.* Valencia, s.n.
- Fernández Nogales, A., 2004. *Investigación y técnicas de mercado.* Madrid: ESIC.
- Fernandez, V., 2013. *Nuevas investigaciones sobre la gestión de la empresa familiar en Esapña.* Barcelona: OmniaScience.
- Freire, M., 2007. *Economía para bachilleres.* Libros de Economía y Empresa, Año II(4), pp. 43-46.
- Freire, M.T. y Rosado, A., 2012. *Start-ups: The University as promoter, main lines of Research.* European Journal of Business Research (EJBR), 12(2), pp. 90-97.
- Freire, M.T. y Rosado, A., 2013. *Risi, S.A..* Madrid: Casos de Estudio. ESIC Editorial.
- Freire, M.T. y Rosado, A., 2011. *The Debate Concerning Political Aids to "Infant" Companies.* Estambul, Bogazici University.



Freire, M.T. y Rosado, A., 2014. *Business School: Generators of Skills for Entrepreneurs*. Cambridge, s.n.

Freire, M.T. y Rosado, A., 2015. *From the analysis and research of business case to the business consultancy*. Journal of Academy of Business and Economics (JABE). Vol 15, nº 2, 2015, 15(2), pp. 13-18.

Freire, M. y. Soret, I., 2013. *Creaciones Caspiel, S.L.*. Madrid: Casos de Estudio. ESIC Editorial.

Fundación Miguel Kast. Modelo CREAME, 2010. *Pauta de evaluación de los hábitosemprendedores*.
<http://www.cepal.org/noticias/discursos/9/11229/FUND-KAST> [En línea].

García Ferrer, G., 2005. *Investigación comercial*. Madrid: ESIC.

García, F.; Soret, I.; López, J.; Izquierdo, S. y Llamazares, F., 2013. *Use of artificial neural networks to predict the business success or failure of start-up firms*. En: K. Suzuki, ed. Artificial Neural Networks. Architectures and applications. Rijeka: Intech, pp. 245-256.

Gil Estallo, M.A. y Giner de la Fuente, F., 2010. *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.

Gil Estallo, M.A. y Giner de la Fuente, F., 2011. *Emprende. Convierte tu sueño en realidad*. Madrid: ESIC.

Giner de la Fuente, F., 2013. *27 conversaciones con emprendedores españoles*. Madrid: ESIC.

Giner de la Fuente, F.; Gil Estallo, M.A. y Martí Pidelaserra, J., 2013. *Emprender con ideas innovadoras*. Madrid: ESIC.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2012/13/14/15. *Informe GEM España 2011, 2012, 2013, 2014*, España: Cise.

Gonzalez Bernal, M., 2008. *Alcance y límites de un currículo basado en competencias*. Educación y Educadores (Online), 11(1), pp. 69-102.



- Gosling, S.D.; Rentfrow, P.J. y Swann, W.B., 2003. *A very brief measure of the Big-Five personality domains*. Journal of Research in Personality, Issue 37, pp. 504-528.
- Grande, I. y Abascal, E., 2006. *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC.
- Hair, J.; Anderson, R; Tatham, R. y Black, W., 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Harman, H., 1980. *Análisis factorial moderno*. Madrid: Saltés.
- Herzog, A.R. y Bachman, J.G., 1981. *Effects of questionnaire length on response quality*. Public Opinion Quarterly, Volumen 45, pp. 549-559.
- Hoyos Iruarizaga, J. y Saiz Santos, M., 2014. *Business Angels. Los mecenas del ecosistema emprendedor*. Madrid: ESIC.
- Hsiao, S.H. y Whang, T.J., 2009. *A study of financial insolvency prediction model for life insurers*. Expert Systems With Applications, Issue 36, pp. 6100-6107.
- Jo, H.; Han, I. y Lee, H., 1997. *Bankruptcy prediction using case-based reasoning, neural Networks and discriminant analysis*. Expert Systems With Applications, 13(2), pp. 97-118.
- John, O.P.; Donahue, E.M. y Kentle, L.K., 1991. *The Big Five inventory version 4^o and 54*, California: s.n.
- Kawasaki, G., 2013. *El arte de empezar: el libro para emprendedores más útil escrito hasta la fecha*. Madrid: Ilustrae.
- Kinnear, P. y Gray, C., 2010. *IBM SPSS Statistics 18 Made Simple*. Londres: Roudledge.
- Knopp, L., 2007. *2006 State of the business incubation industry*. NBIA Publications.



- Lacher, R.C.; Coats, P.K.; Sharma, S.C. y Fant, L.F., 1995. *A neural network for classifying the financial health of a firm*. European Journal of Operational Research, Issue 85, pp. 53-65.
- Lin, T.Y.; Tseng, C.H., 2000. *Optimum design for artificial networks: an example in a bicycle derailleur system*. Engineering Applications of Artificial Intelligence, Issue 13, pp. 3-14.
- Lizasoain, L y Joaristi, L., 2003. *Gestión y análisis de datos con SPSS versión 11*. Madrid: Thomson-Parrinfo.
- López, C. y Prieto, B.T., 2009. *La necesidad de un enfoque estratégico ante el planteamiento de los nuevos grados en el área de Administración y Dirección de Empresas*. REDU. Revista de Docencia Universitaria, 7(3).
- Lucas, R., 1988. *On the mechanics of economic development*. Journal of Monetary Economics, Issue 22, pp. 3-42.
- Malhotra, N., 2004. *Investigación de mercados*. México: Pearson Prentice hall.
- Marshall, A., [1890], 1948. *Principles of Economics*. Londres: Mcmillan.
- Martín, A. y Salcedo, A., 2015. *CTextil S.A. La operativa de exportación de CTextil S.A.*. Madrid: Casos de Estudio. ESIC Editorial.
- Martín, E., 2001. *Gestión de Instituciones Educativas Inteligentes: Un manual para gestionar cualquier tipo de organización*. Madrid: McGraw Hill.
- Martínez Tercero, M., 2000. *Ciencia y Marketing. Manual para investigadores y doctorandos en Ciencia Social*. Madrid: ESIC.
- Mason, C.M. y Harrison, R.T., 2008. *Measuring business angel investment activity in the United Kingdom: a review of potential data sources*. Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance, 10(4), pp. 309-330.
- Mill, J., [1848], 1965. *Principles of Political Economy*. Nueva York: A.M. Kelley Publishers.



- Monkman, D., 2010. *Business Incubators and their role in Job creation*. NBIA Publications.
- Munera, J.L. y Rodriguez, A.I., 2012. *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.
- Muria, J. y Gil,R., 1998. *Preparación, taulación y análisis de encuestas para directivos*. Madrid: ESIC.
- Norderman, R., 2008. *State Aid in the EU economic and legal aspects*. s.l.:Bachelor Thesis. Lund University.
- Ortega, A. y Espinosa,J.L., 2015. *Plan de internacionalización empresarial. Manual práctico*. Madrid: ESIC.
- Ortega, I., 2013. *Políticas públicas para los emprendedores..* Madrid: Euroeditions.
- Osterwalder, A. y Pigneur,Y, 2011. *Generación de modelos de negocio*. Bilbao: Deusto S.A. Ediciones.
- Pardo, A. y Ruiz, M.A., 2005. *SPSS 11. Guía para el análisis de datos*. Madrid: McGraw Hill.
- Perdices de Blas, L., 2003. *Historia del pensamiento económico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Perdices de Blas, L., 2006. *Escuelas de Pensamiento Económico*. Madrid: Ecobook.
- Perdices de Blas, L., 2008. *Diccionario de Historia del Pensamiento Económico. Economistas, escuelas y corrientes de pensamiento*. Madrid: Ecobook.
- Perdices, L. y Reeder,J., 2010. *Edición de Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones (A. Smith)*. Madrid: Fundación ICO - Editorial Síntesis.



- Pérez, C., 2009. *Técnicas de muestreo estadístico*. Madrid: Garceta, Grupo Editorial.
- Pérez, M.L. y Martín, Q., 2003. *Aplicaciones de las redes neuronales a la estadística*. Madrid: Cuadernos de Estadística. La Muralla.
- Pico, B.; Nuño, P. y Martínez, J.L., 2010. *Model for Entrepreneurs formation based on human quality*. s.l., s.n.
- Priore, P.; De la Fuente, D.; Pino, R.; Puente, J., 2002. *Utilización de las redes euronales en la toma de decisiones. Aplicación a un problema de secuenciación*. Anales de Mecánica y Electricidad, Issue 79(6), pp. 28-34.
- Pujals, P., 2001. *Investigación de mercados*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Putterman, L., 1994. *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Rodriguez Braun, C., 1997. *Grandes Economistas*. Madrid: ediciones Pirámide.
- Rosado, A., 2010. *Barriers to competition*. London: Pickering and Chatto.
- Rubio, A. y Aragón, A., 2002. *Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la Pyme*. Cuadernos de gestión, 2(1), pp. 49-53.
- Sainz de Vicuña, J., 2006. *Innovar con éxito*. Madrid: ESIC.
- Sanchez, A., 2003. *Dos aplicaciones empíricas de las redes neuronales ratificales a la clasificación y predicción financiera en el mercado español*. Revista Asturiana de Economía (RAE), Issue 28, pp. 61-87.
- Santos Redondo, M., 1997. *Los economistas y la empresa. Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Say, J., [1803], 1972. *Traité d'Economie Politique*. París: Calmann-Levy.



Sha, W., 2007. *Comment on the issues of statistical modelling with particular reference the use of artificial networks*. Appl. Catal. A - Gen, Issue 324 (1-2), pp. 87-89.

Smith, A., [1776], 1996. *Investigación de la naturaleza y causas de la Riqueza de las naciones*. Salamanca: Junta de castilla y León. Consejería de Eucación y Cultura.

Smith, A., [1776], 1994. *La Riqueza de las Naciones*. 1ª ed. Madrid: Alianza Editorial.

Soret Los Santos, I., 2008. *Modelo de medición de conocimiento y generación de ventajas competitivas sostenibles en el ámbito de la iniciativa "respuesta eficiente del consumidor" (Efficient Consumer Response, ECR)*. Madrid: ESIC. Investigación docente.

Soret, I y Llamazares, F., 2013. *Historia de un emprendedor. Caso IQS (Industrias Químicas Satecma)*. Mdrid: Casos de Estudio. ESIC Editorial.

Trias de Bes, F., 2007. *El libro negro del emprendedor: No digas que nunca te lo advirtieron*. Barcelona: Empresa Activa.

Universidad de Alicante., 2015. *Departamento de Sociología. Técnicas de investigación Social para el Trabajo Social*. <http://personal.ua.es>. [En línea].

Universidad de Santiago de Compostela, 1999. *Emprendimiento juvenil*, Santiago de Compostela: Instituto de la Juventud.

Uriel, E., 1995. *Análisis de datos. Series temporales y análisis multivariantes*. Madrid: Editorial AC.

Uriel, E. y Aldás, J., 2005. *Análisis multivariante aplicado. Aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y turismo*. Madrid: Thomson.

Uriol, E., 2001. *Sol Meliá. El viajero universal*. Colección "Empresas de éxito" ed. Madrid: Ediciones Pirámide - ESIC Editorial.



Vanstone, B.; Finnie, G., 2009. *An empirical methodology for developing stockmarket Trading Systems using artificial neural Networks*. Expert Systems With Applications, Issue 36, pp. 6668-6680.

White, L.H., 2015. *El Choque De Ideas Económicas, Los Grandes Debates De Política Económica De Los Últimos Cien Años*. Barcelona: Antoni Bosch.

Willianson, O., 1985. *Las instituciones económicas del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Woods, S.A. y Hampson, S.E., 2005. *Measuring the Big Five with Single Ítems using a Bipolar Response Scale*. European Journal of Personality, Issue 19, pp. 373-390.

Yang, Z.R.; Platt, M.B. y Platt, H.D., 1999. *Probabilistic neural networks in bankruptcy y prediction*. Journal of Business Research, Issue 44, pp. 67-74.

Zorita, E., 2015. *Plan de negocio*. Madrid: ESIC.



ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario Emprendedores. Alumnos Postgrado 2012/13

Anexo 2. Histogramas y Diagramas de Caja

Anexo 3. Primeros resultados: Tablas de Contingencia

Anexo 4. Tablas de Contingencia Definitivas





Anexo 1

**Cuestionario Emprendedores
Alumnos Postgrado 2012/13**



CUESTIONARIO EMPRENDEDORES ALUMNOS POSTGRADO 2012/13

BAREMO DE PUNTUACIÓN:

Para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con la afirmación señalada en la pregunta:

1 =Nada de acuerdo; 2= muy poco de acuerdo; 3= poco de acuerdo; 4=Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 5= De acuerdo; 6= bastante de acuerdo; 7=Completamente de acuerdo

1.- Los conocimientos adquiridos en mi formación, tanto de grado como de postgrado, me ayudan a la hora de crear una empresa

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.- El fomento de habilidades directivas recibidas a lo largo de mi formación, me generan la suficiente confianza para asumir responsabilidades y enfrentar desafíos

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3.- Dispongo de la iniciativa personal suficiente para acometer proyectos

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.- Dispongo de habilidades para la gestión de equipos de trabajo

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.- No tengo problema a la hora de liderar situaciones de riesgo dentro del trabajo (habilidad en la gestión de conflictos)

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6.- Asumo de forma autocrítica los fracasos o tropiezos en el trabajo y aprendo de ellos

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7.- A la hora de asumir un riesgo, valoro tanto las posibilidades de éxito como las de fracaso, antes de tomar una decisión o acometer un proyecto

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8.- Visualizo o detecto con facilidad nuevas oportunidades en los mercados que puedan llegar a convertirse en iniciativa emprendedora

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.- El ambiente familiar emprendedor es un factor facilitador a la hora de emprender nuevas iniciativas de negocio

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10.- La formación continua es clave a la hora de asumir nuevos retos profesionales, aporta tranquilidad para actuar y enfrentar desafíos

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11.- El emprendedor es la suma de habilidades y conocimientos

**CUESTIONARIO EMPRENDEDORES
ALUMNOS POSTGRADO 2012/13**

1 2 3 4 5 6 7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

12.- Soy perseverante en el logro de los objetivos marcados *y capaz de hacer un esfuerzo adicional para alcanzarlos*

1 2 3 4 5 6 7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

13.- Soy claro a la hora de definir y planificar los objetivos marcados, diseñando planes consistentes para lograrlos

1 2 3 4 5 6 7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

14.- Soy capaz de generar empatía en mi entorno con el fin de construir redes de apoyo a mis proyectos

1 2 3 4 5 6 7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

15.- Administro y coordino de forma eficiente los recursos a emplear para la consecución de los objetivos: tiempo; dinero; recursos humanos, etc

1 2 3 4 5 6 7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

16.- Señale sus tres aficiones principales en su tiempo libre:

A.- Programa de Postgrado que está cursando: _____

B.- Formación alcanzada (anterior a la realización de este Postgrado):

☐ Estudios Básicos (EGB o equivalente) ☐ Bachiller o equivalente
☐ Universitaria Grado Medio o Superior. Especificar _____

C.- Situación laboral actual: Empleado ☐ Desempleado ☐

D.- Experiencia Profesional: Años _____

E.- En su entorno familiar cercano, ¿alguien ha creado su propia empresa?

SI ☐ NO ☐

En caso afirmativo, dentro de que sector: _____

F.- ¿Se ha planteado o se está planteando crear su propia empresa? SI ☐ NO ☐

En caso afirmativo, dentro de que sector: _____

G.- Sexo: H ☐ M ☐ **Edad:** _____

H.- Nacionalidad _____

I.- Comunidad Autónoma de Residencia _____

J.- Comunidad Autónoma de Origen _____



Anexo 2

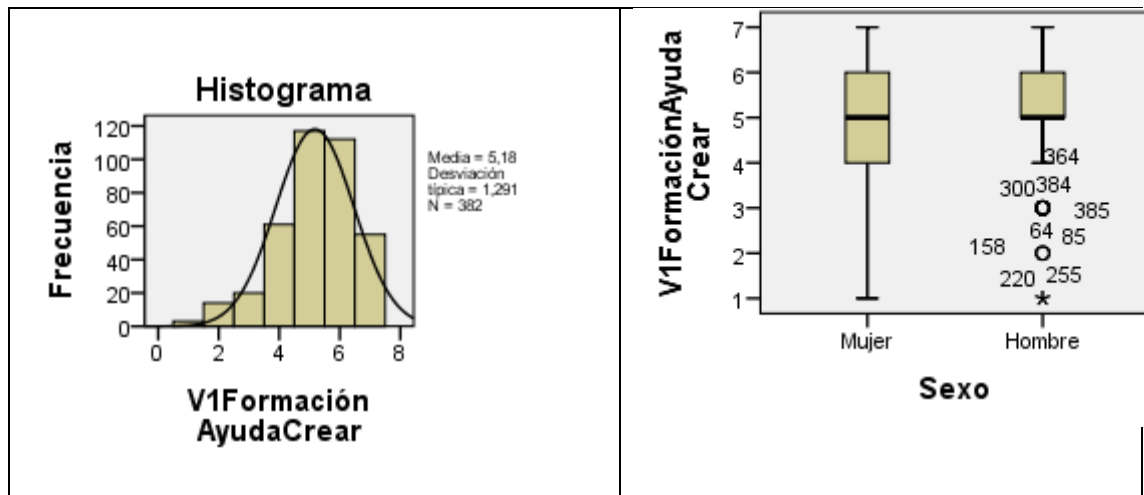
Histogramas y Diagramas de Caja



Anexo 2.1. Análisis de v1 a v15 vs Género

Diagramas de Caja e Histogramas

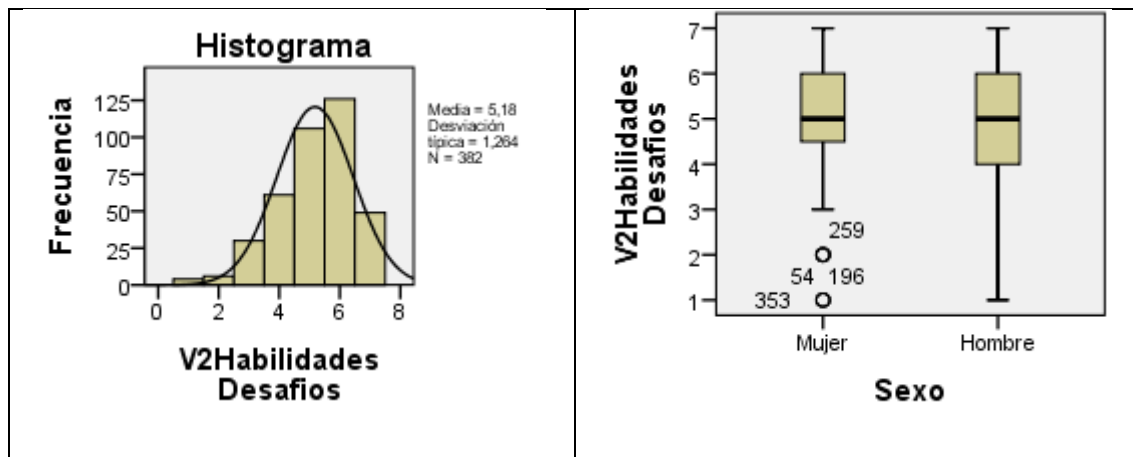
V1. Formación Ayuda Crear



V1FormaciónAyudaCrear

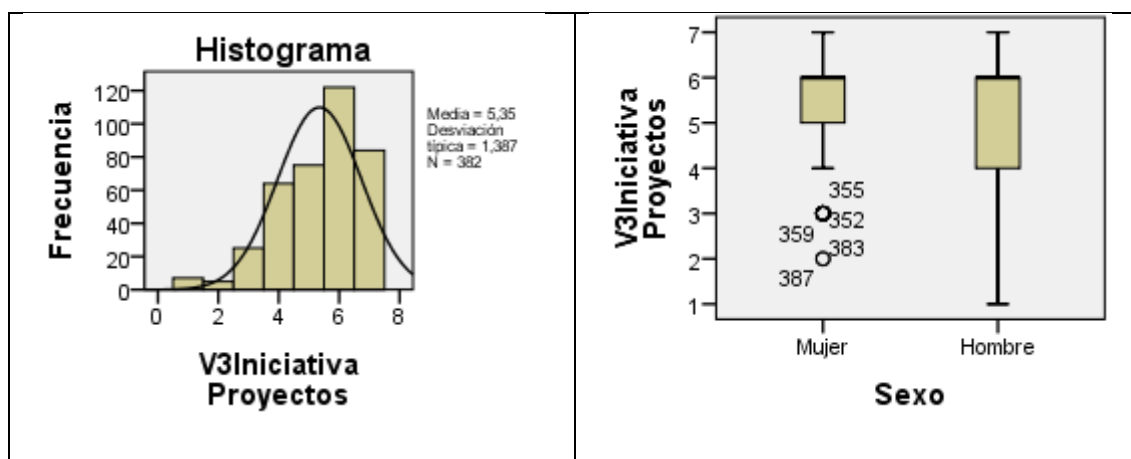
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	3	,8	,8	,8
2	14	3,7	3,7	4,5
3	20	5,2	5,2	9,7
4	61	16,0	16,0	25,7
5	117	30,6	30,6	56,3
6	112	29,3	29,3	85,6
7	55	14,4	14,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

V2. Habilidades Desafios



V2HabilidadesDesafios				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	4	1,0	1,0	1,0
2	6	1,6	1,6	2,6
3	30	7,9	7,9	10,5
4	61	16,0	16,0	26,4
5	106	27,7	27,7	54,2
6	126	33,0	33,0	87,2
7	49	12,8	12,8	100,0
Total	382	100,0	100,0	

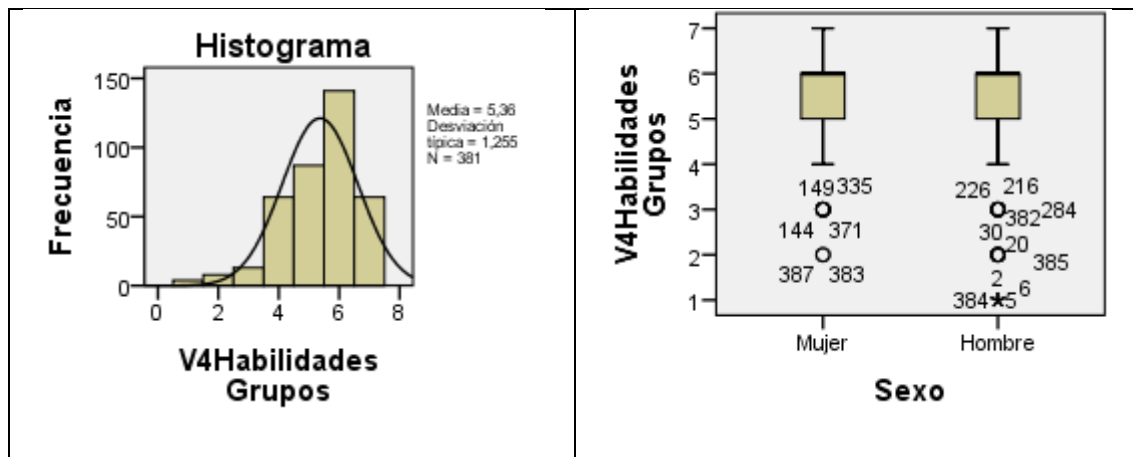
V3. Iniciativa Proyectos



V3IniciativaProyectos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	7	1,8	1,8	1,8
2	5	1,3	1,3	3,1
3	25	6,5	6,5	9,7
4	64	16,8	16,8	26,4
Válidos 5	75	19,6	19,6	46,1
6	122	31,9	31,9	78,0
7	84	22,0	22,0	100,0
Total	382	100,0	100,0	

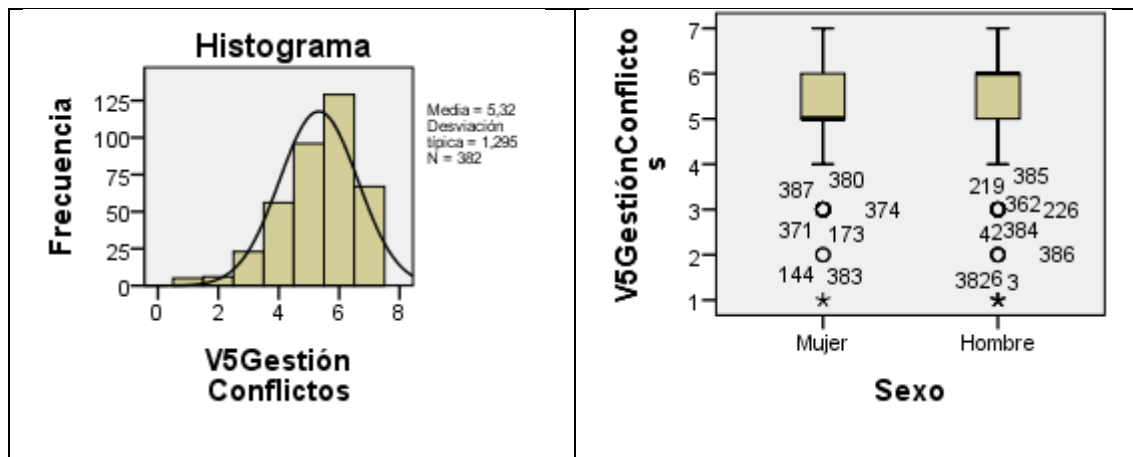
V4. Habilidades Grupos



V4HabilidadesGrupos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	4	1,0	1,0	1,0
2	8	2,1	2,1	3,1
3	13	3,4	3,4	6,6
4	64	16,8	16,8	23,4
5	87	22,8	22,8	46,2
6	141	36,9	37,0	83,2
7	64	16,8	16,8	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

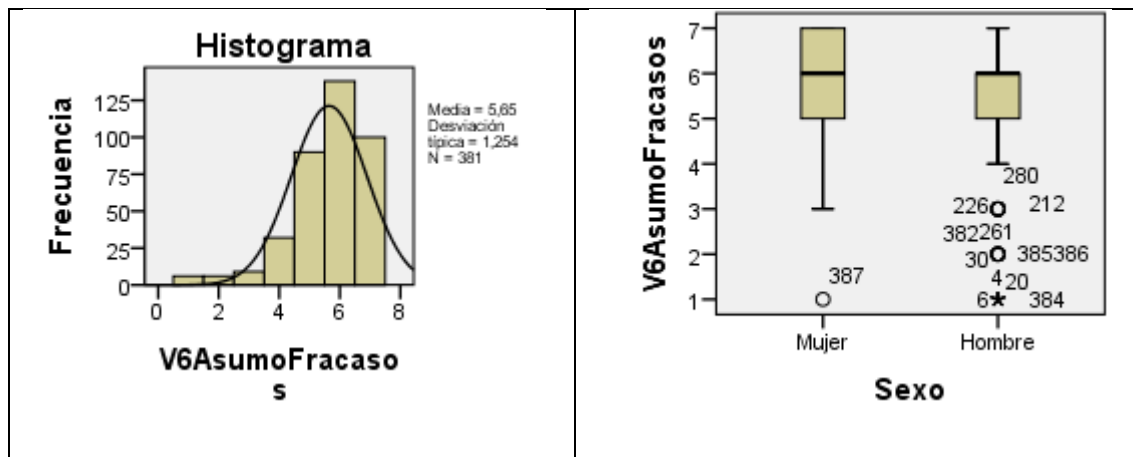
V5. Gestión Conflictos



V5GestiónConflictos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	5	1,3	1,3	1,3
2	6	1,6	1,6	2,9
3	23	6,0	6,0	8,9
4	56	14,7	14,7	23,6
5	96	25,1	25,1	48,7
6	129	33,8	33,8	82,5
7	67	17,5	17,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

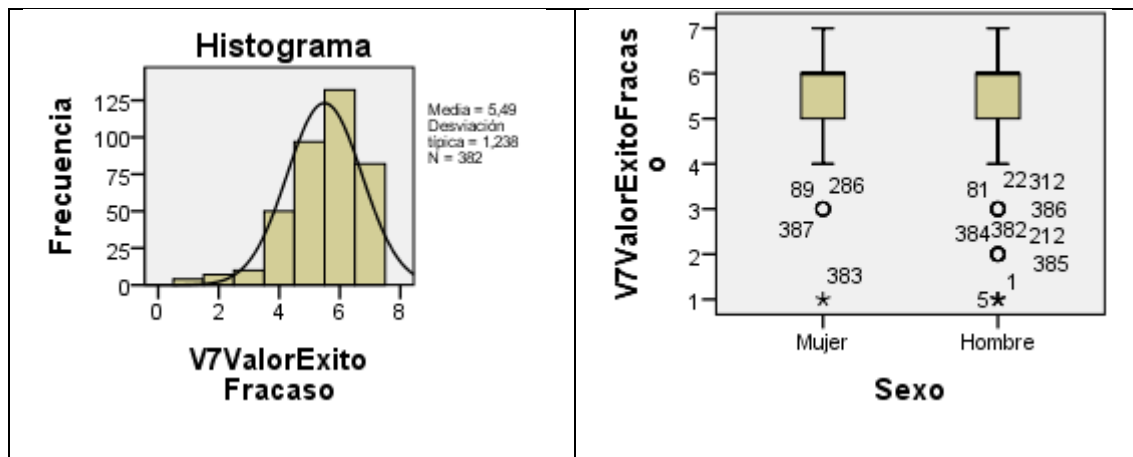
V6. Asumo Fracaso



V6AsumoFracasos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	6	1,6	1,6	1,6
2	6	1,6	1,6	3,1
3	9	2,4	2,4	5,5
4	32	8,4	8,4	13,9
5	90	23,6	23,6	37,5
6	138	36,1	36,2	73,8
7	100	26,2	26,2	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

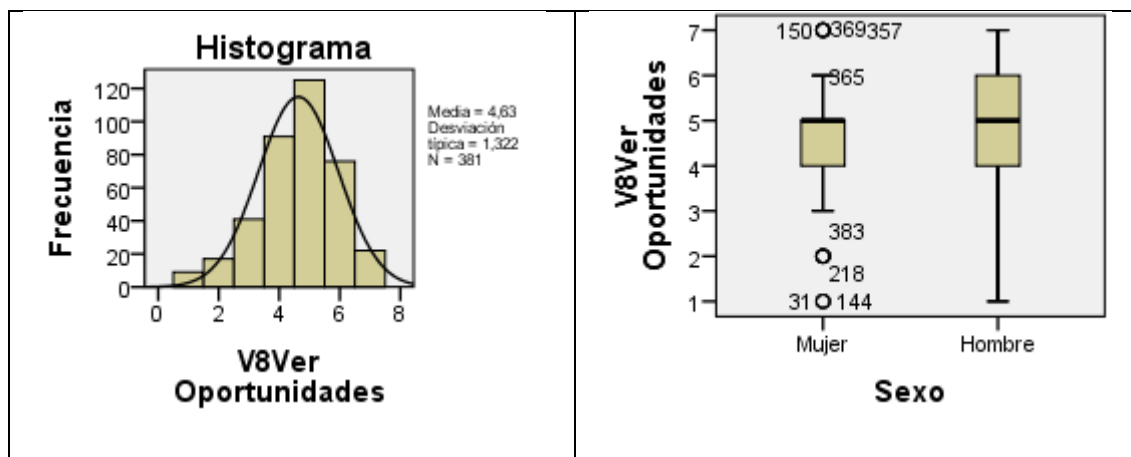
V7. Valor Éxito Fracaso



V7ValorExitoFracaso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	4	1,0	1,0	1,0
2	7	1,8	1,8	2,9
3	10	2,6	2,6	5,5
4	50	13,1	13,1	18,6
5	97	25,4	25,4	44,0
6	132	34,6	34,6	78,5
7	82	21,5	21,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

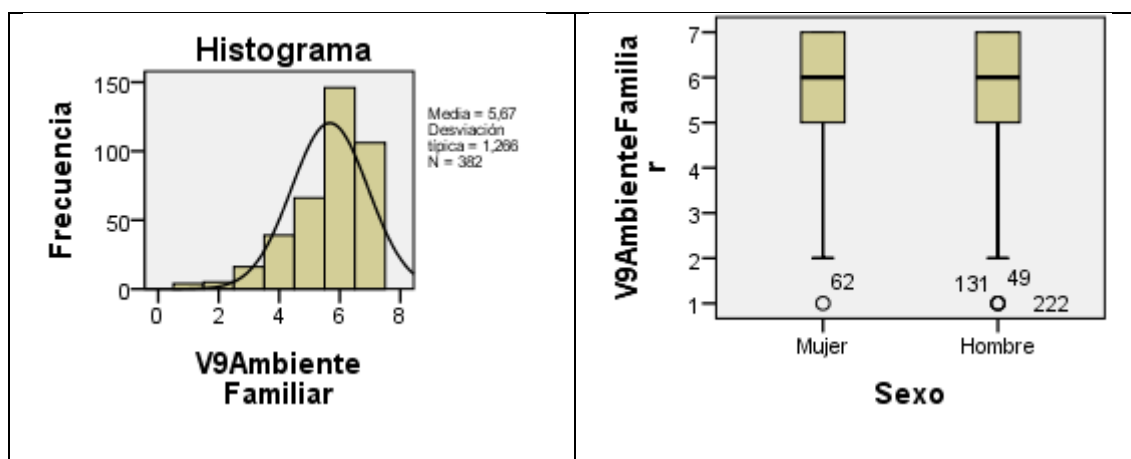
V8. Ver Oportunidades



V8VerOportunidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	9	2,4	2,4	2,4
2	17	4,5	4,5	6,8
3	41	10,7	10,8	17,6
4	91	23,8	23,9	41,5
5	125	32,7	32,8	74,3
6	76	19,9	19,9	94,2
7	22	5,8	5,8	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

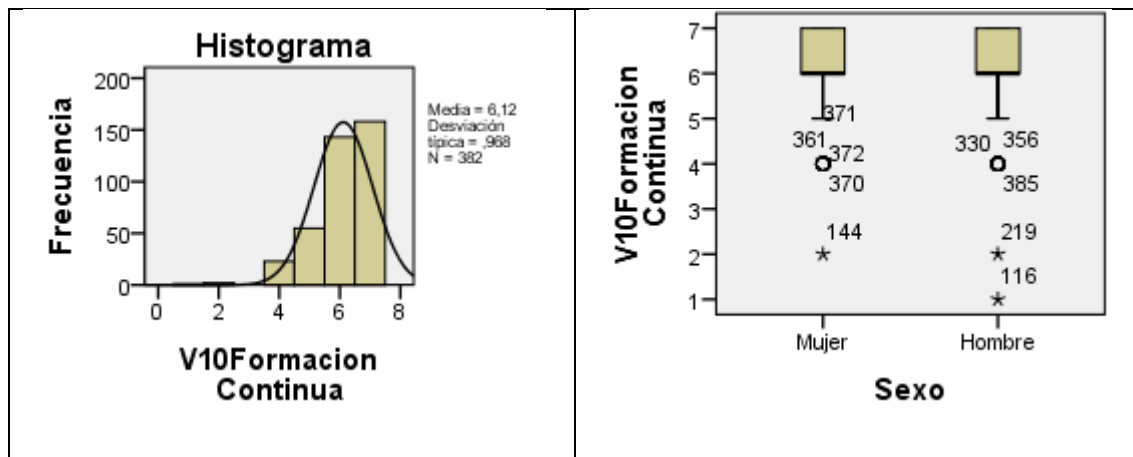
V9. Ambiente Familiar



V9AmbienteFamiliar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	4	1,0	1,0	1,0
2	5	1,3	1,3	2,4
3	16	4,2	4,2	6,5
4	39	10,2	10,2	16,8
5	66	17,3	17,3	34,0
6	146	38,2	38,2	72,3
7	106	27,7	27,7	100,0
Total	382	100,0	100,0	

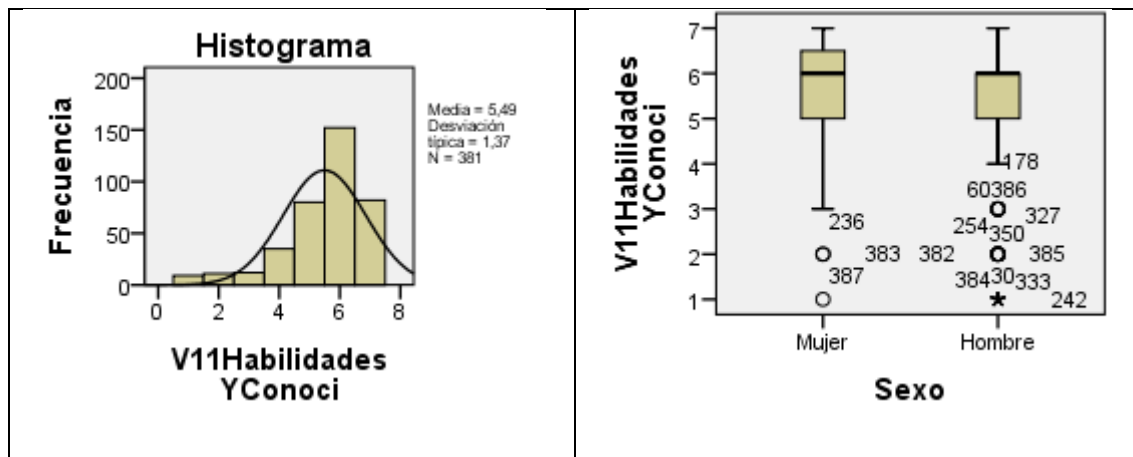
V10. Formació Continua



V10FormacionContinua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	1	,3	,3	,3
2	2	,5	,5	,8
4	23	6,0	6,0	6,8
Válidos 5	55	14,4	14,4	21,2
6	143	37,4	37,4	58,6
7	158	41,4	41,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

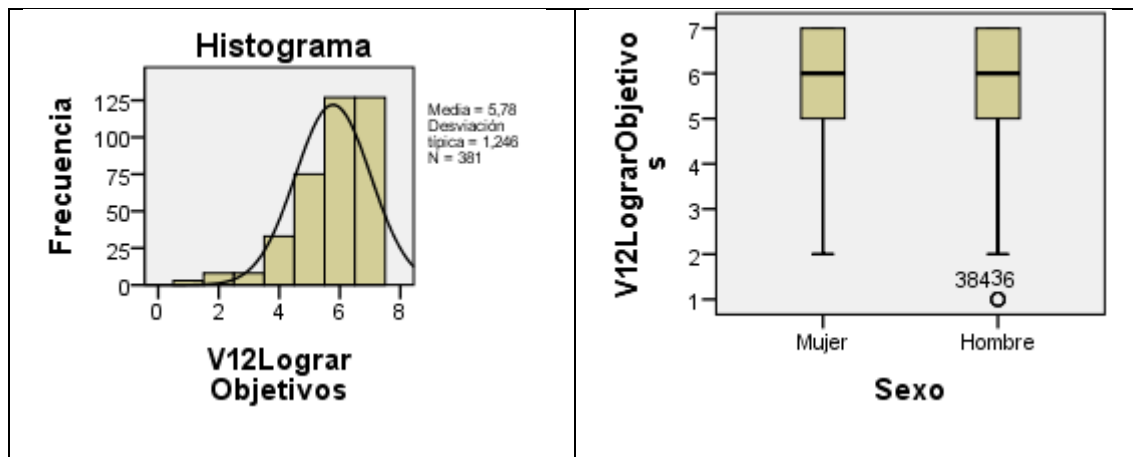
V11. Habilidades y Conocimiento



V11HabilidadesYConoci

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	9	2,4	2,4	2,4
2	11	2,9	2,9	5,2
3	12	3,1	3,1	8,4
4	35	9,2	9,2	17,6
5	80	20,9	21,0	38,6
6	152	39,8	39,9	78,5
7	82	21,5	21,5	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

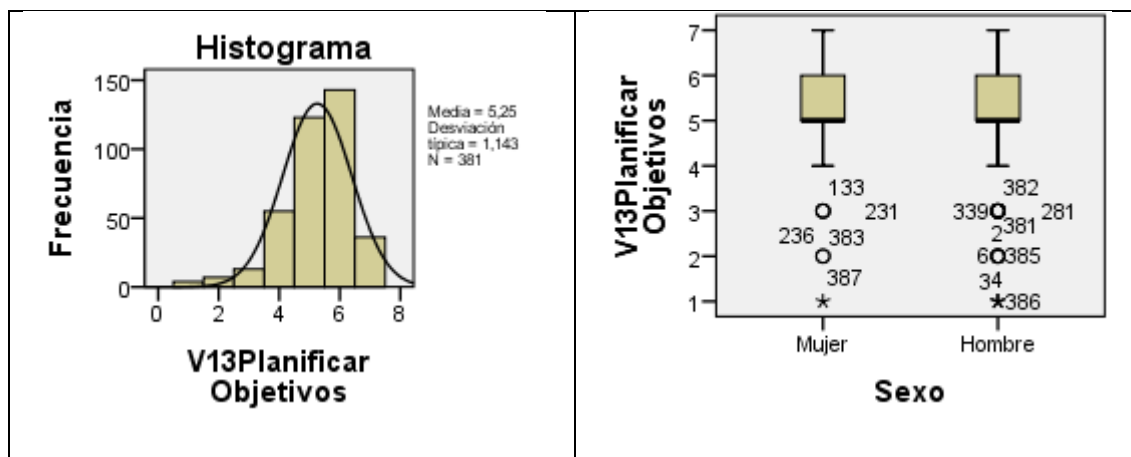
V12. Lograr Objetivos



V12LograrObjetivos

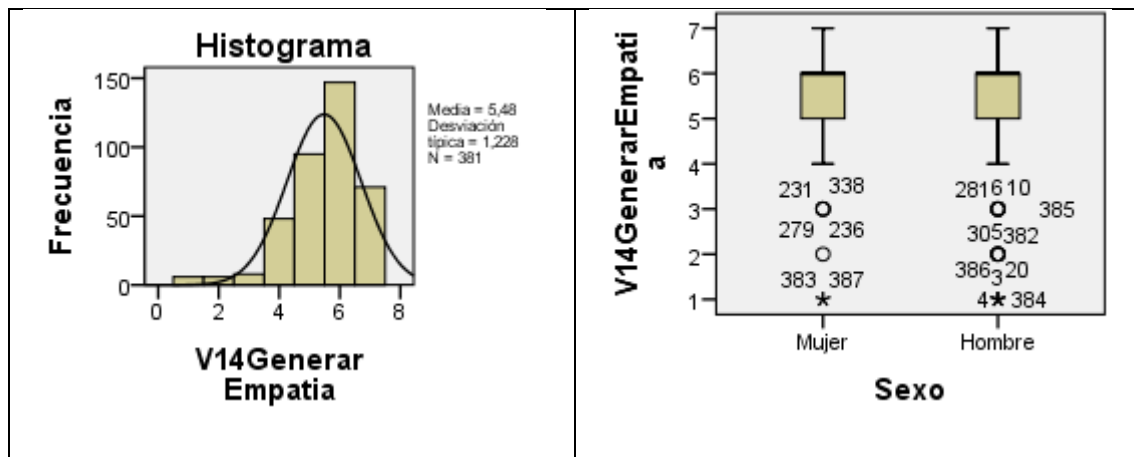
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	3	,8	,8	,8
2	8	2,1	2,1	2,9
3	8	2,1	2,1	5,0
4	33	8,6	8,7	13,6
5	75	19,6	19,7	33,3
6	127	33,2	33,3	66,7
7	127	33,2	33,3	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

V13. Planificar Objetivos



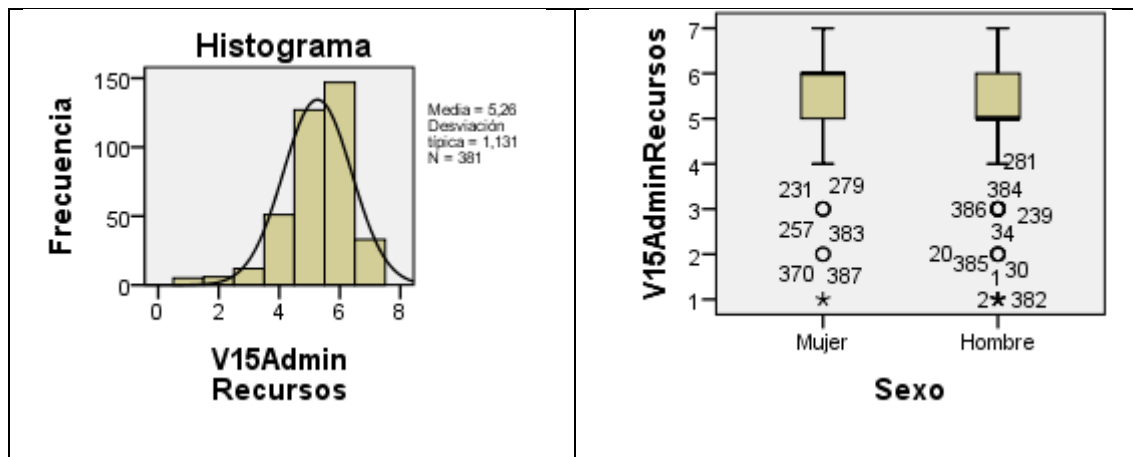
V13PlanificarObjetivos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	4	1,0	1,0	1,0
2	7	1,8	1,8	2,9
3	13	3,4	3,4	6,3
4	55	14,4	14,4	20,7
5	123	32,2	32,3	53,0
6	143	37,4	37,5	90,6
7	36	9,4	9,4	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

V14. Generar Empatía



V14GenerarEmpatia				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	6	1,6	1,6	1,6
2	6	1,6	1,6	3,1
3	8	2,1	2,1	5,2
4	48	12,6	12,6	17,8
5	95	24,9	24,9	42,8
6	147	38,5	38,6	81,4
7	71	18,6	18,6	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

V15. Administra Recursos

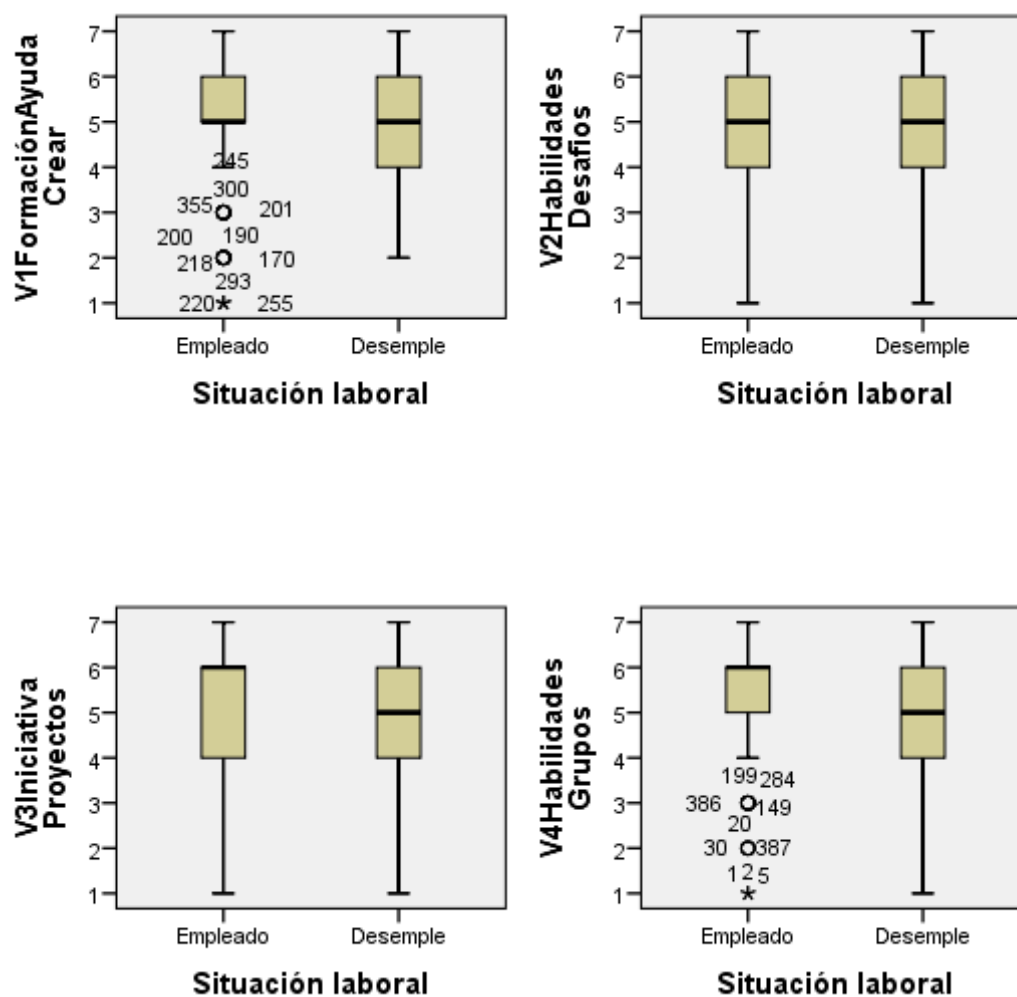


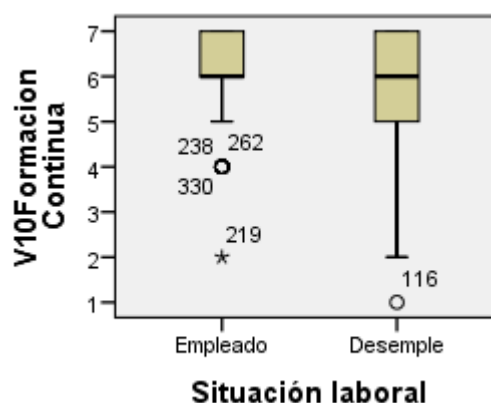
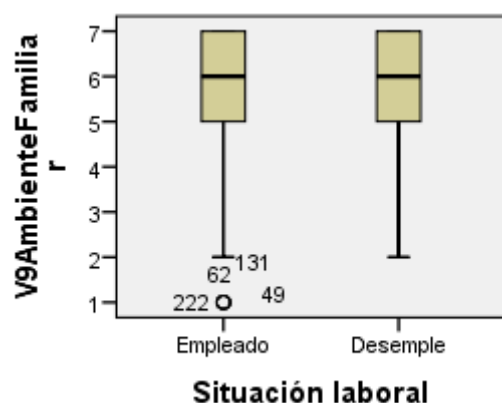
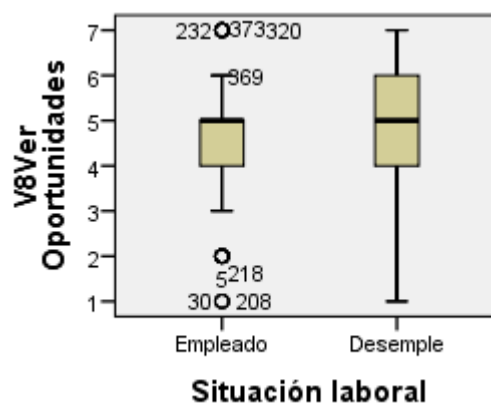
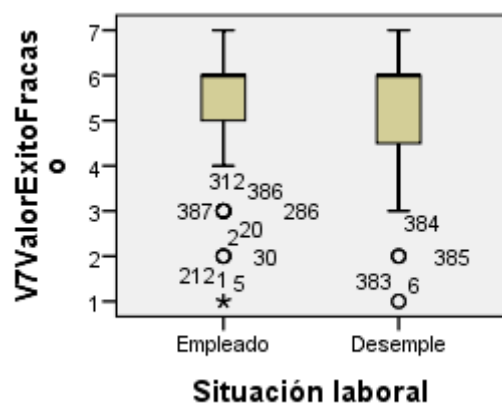
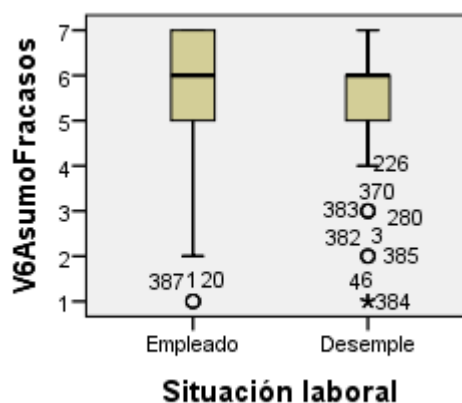
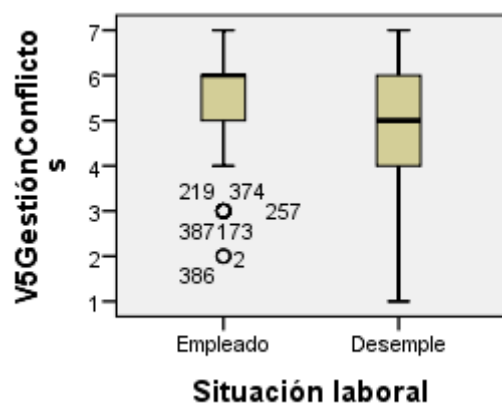
V15AdminRecursos

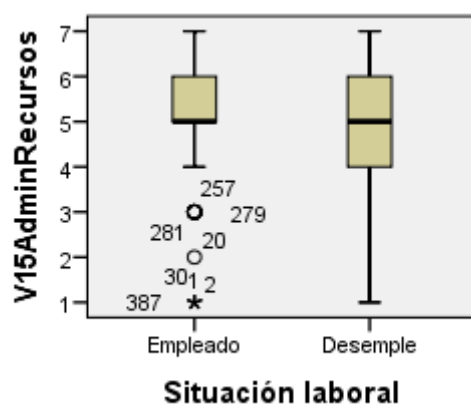
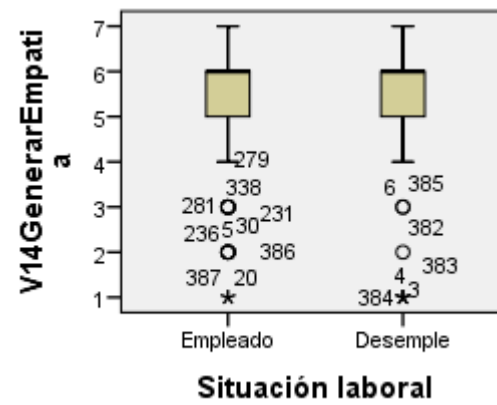
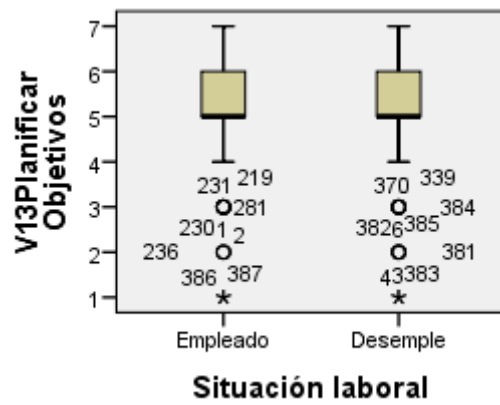
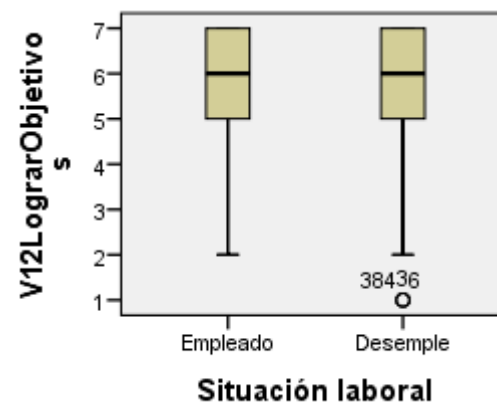
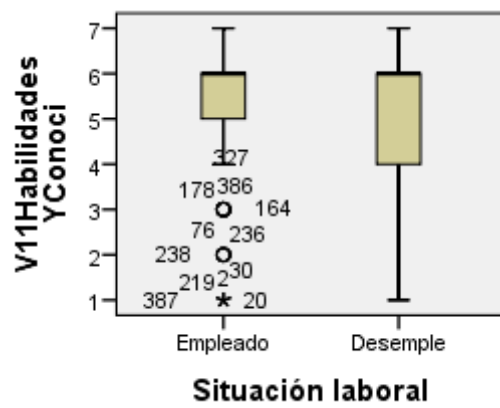
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	5	1,3	1,3	1,3
2	6	1,6	1,6	2,9
3	12	3,1	3,1	6,0
4	51	13,4	13,4	19,4
5	127	33,2	33,3	52,8
6	147	38,5	38,6	91,3
7	33	8,6	8,7	100,0
Total	381	99,7	100,0	
Perdidos Sistema	1	,3		
Total	382	100,0		

Anexo 2.2. Análisis de v1 a v15 vs Situación Laboral

Diagramas de Caja

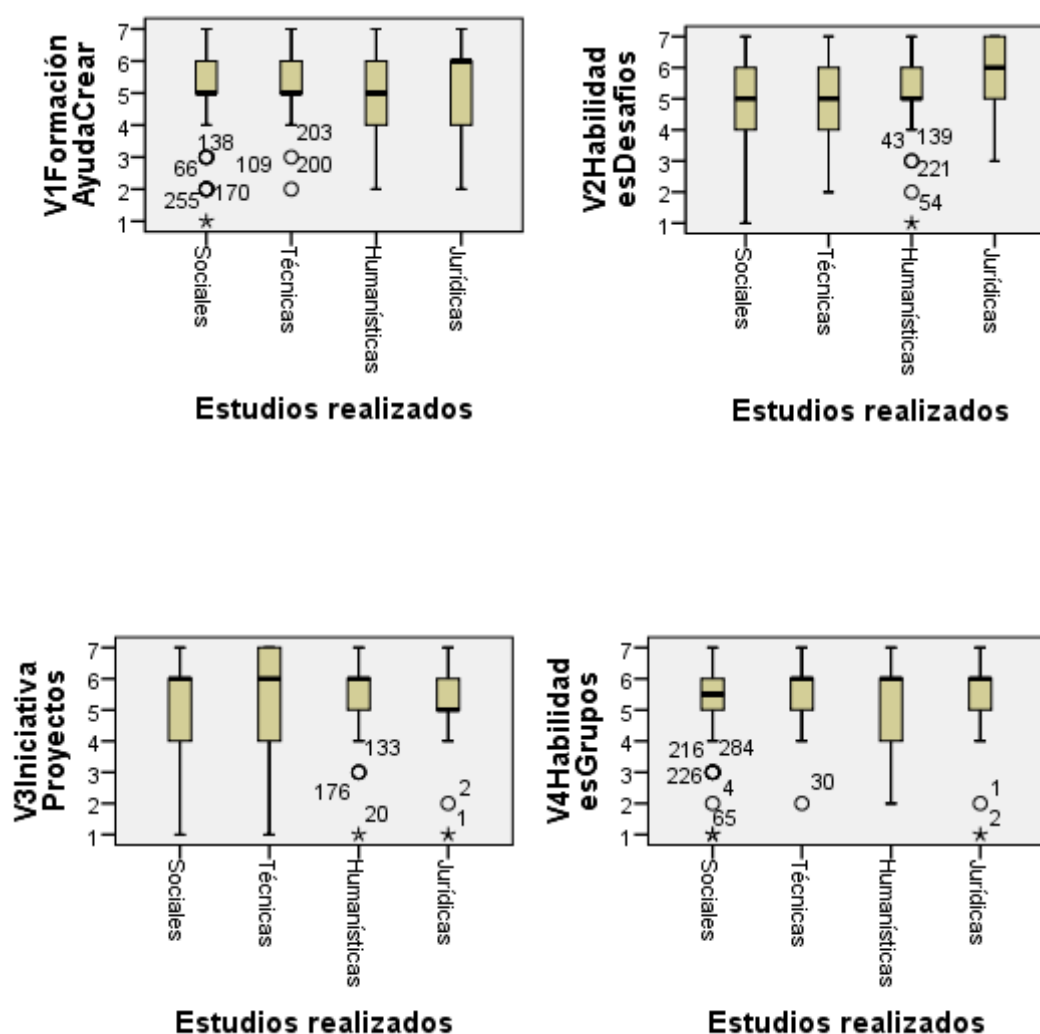


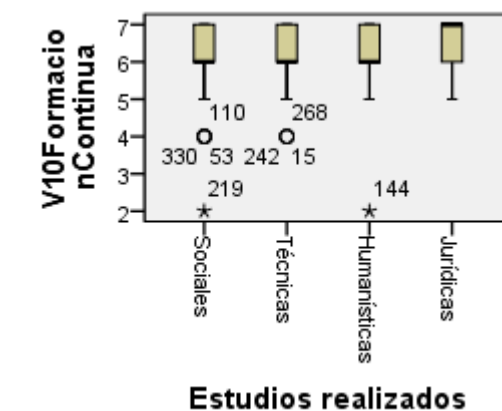
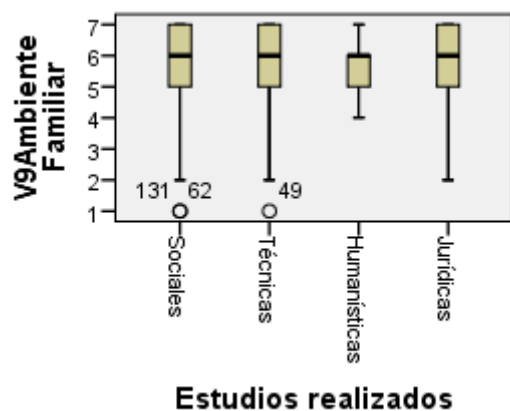
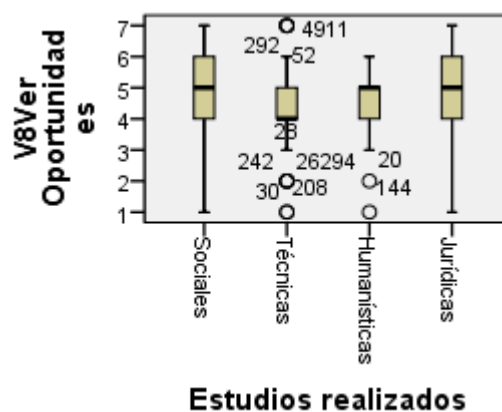
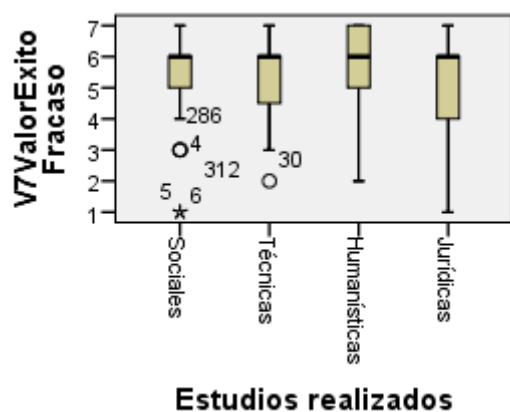
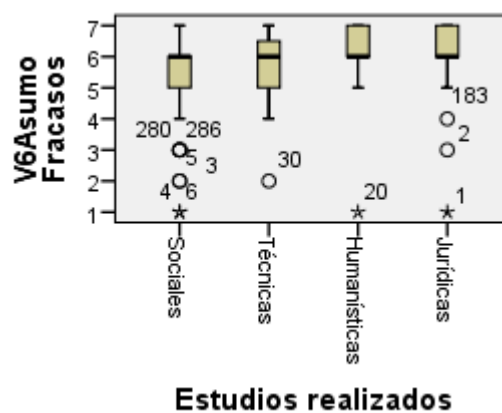
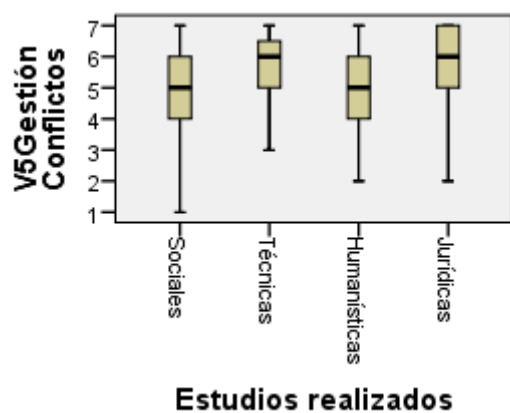


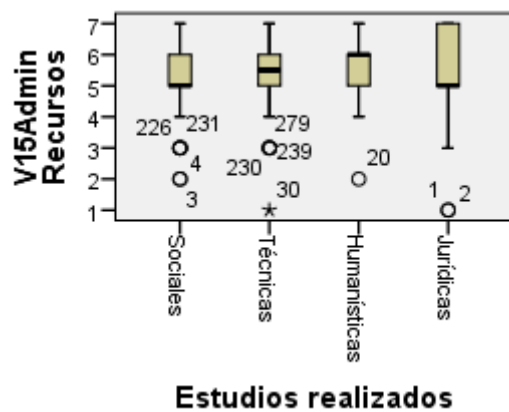
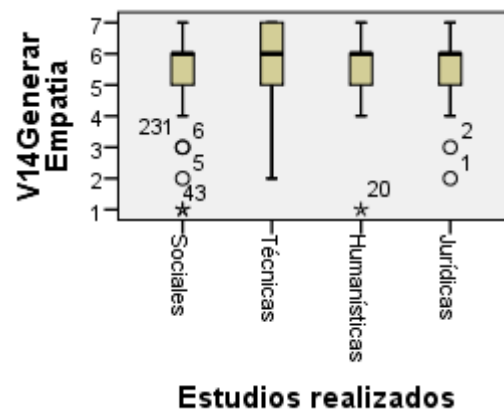
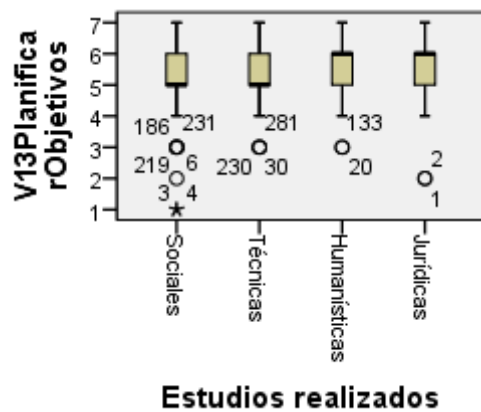
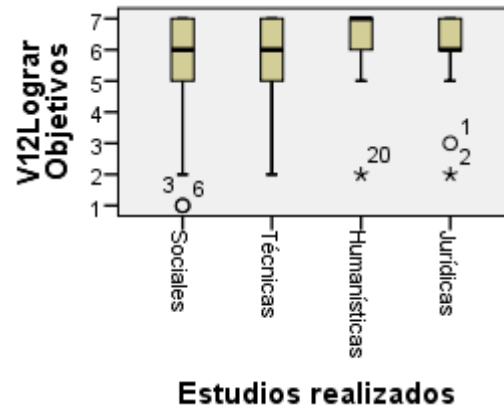
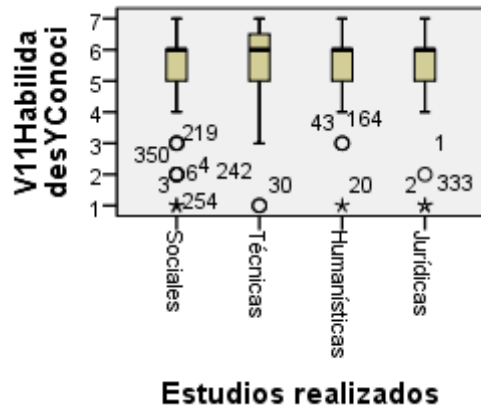


Anexo 2.3. Análisis de v1 a v15 vs Estudios Realizados

Diagramas de Caja

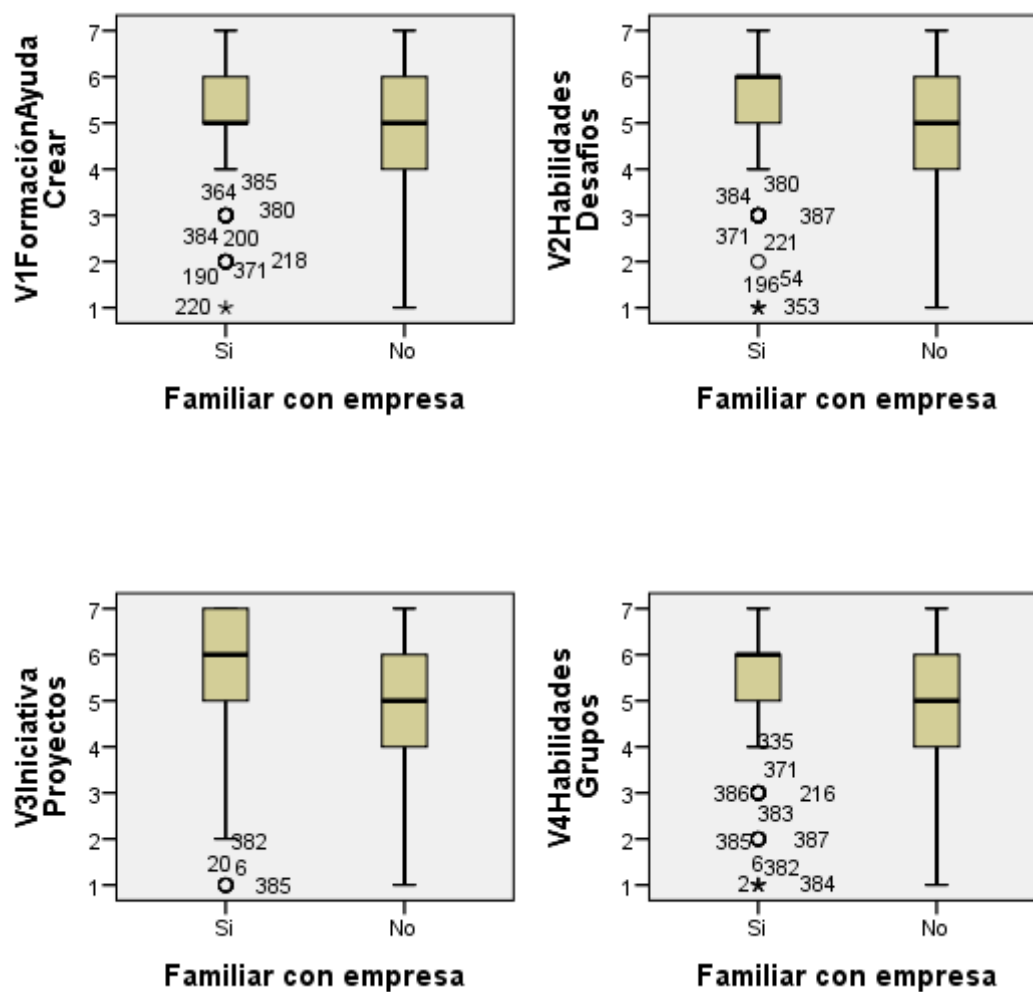


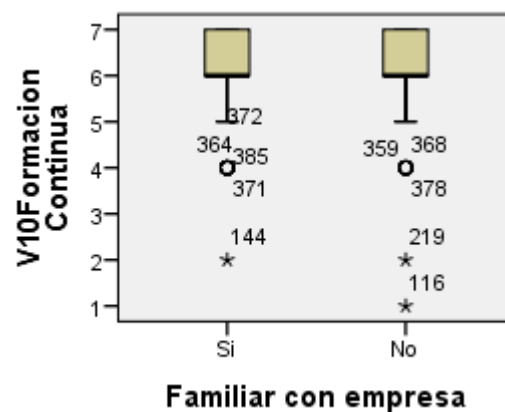
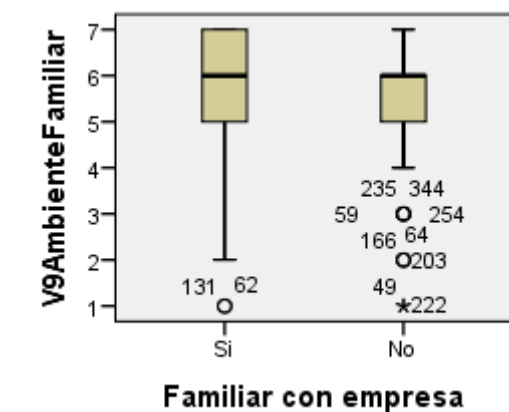
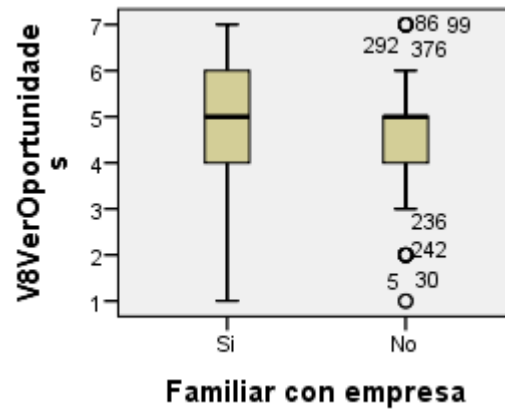
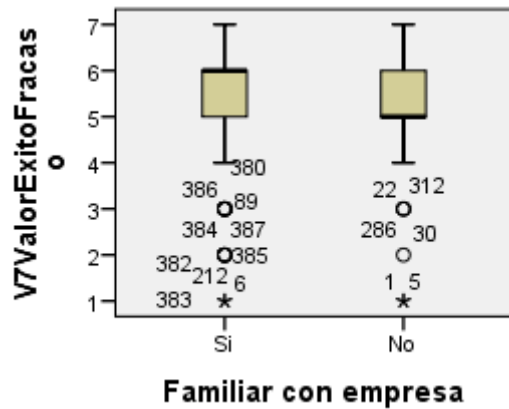
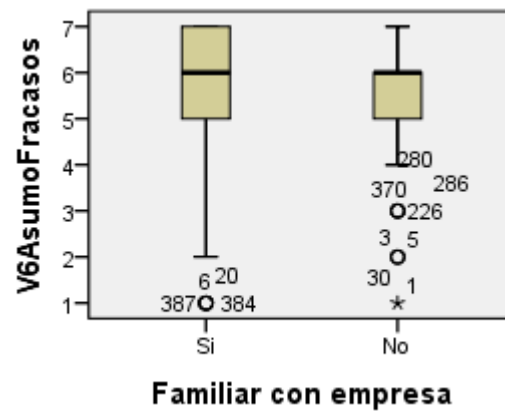
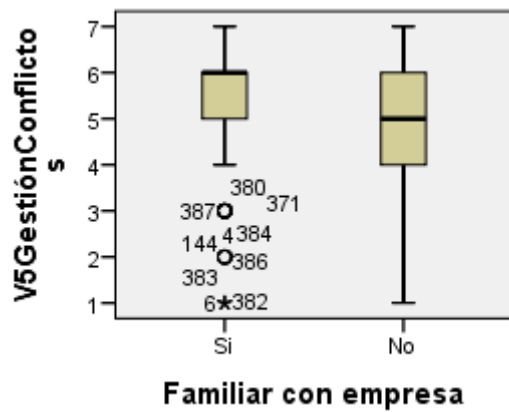


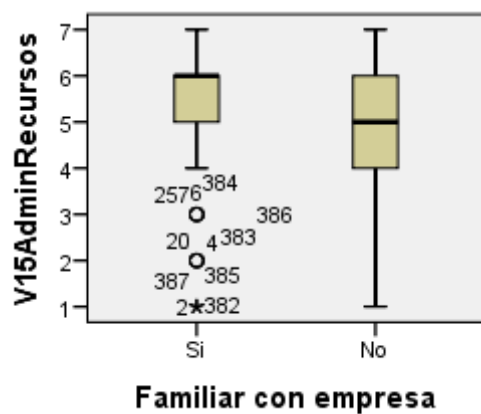
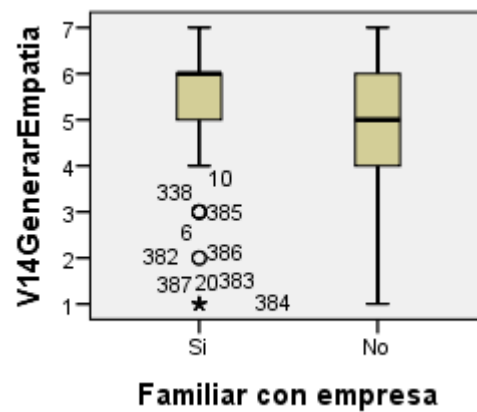
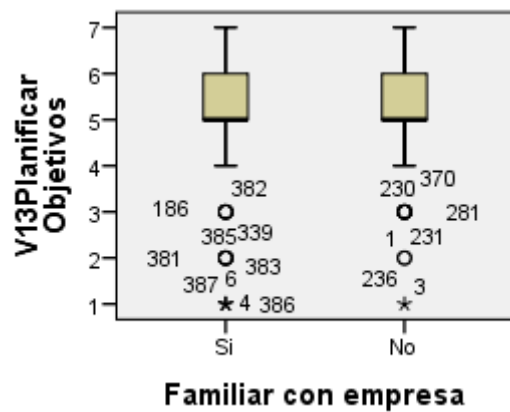
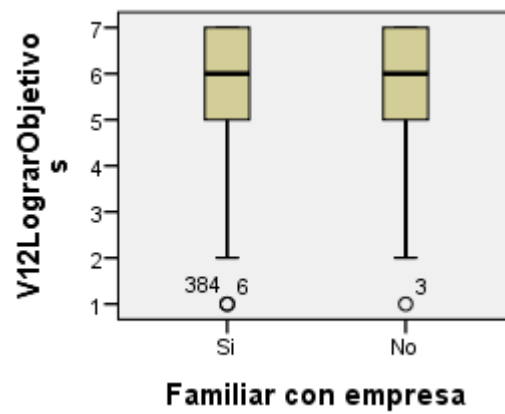
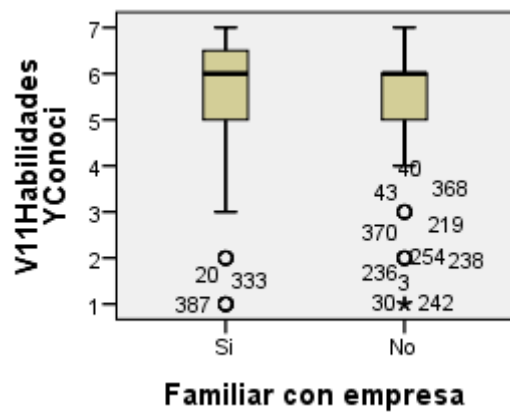


Anexo 2.4. Análisis de v1 a v15 vs Familiar con Empresa

Diagramas de Caja









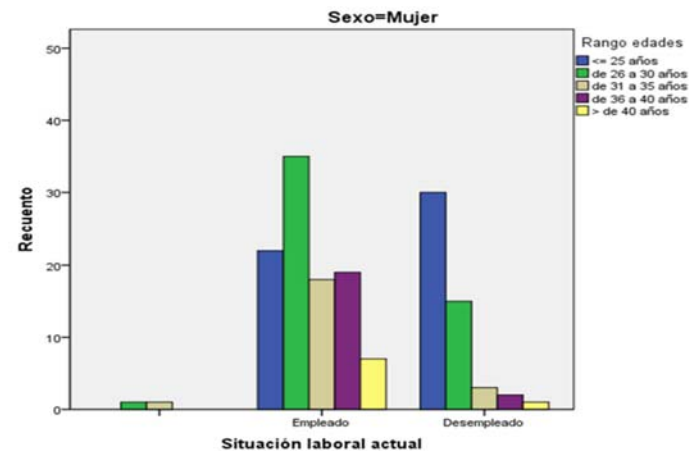
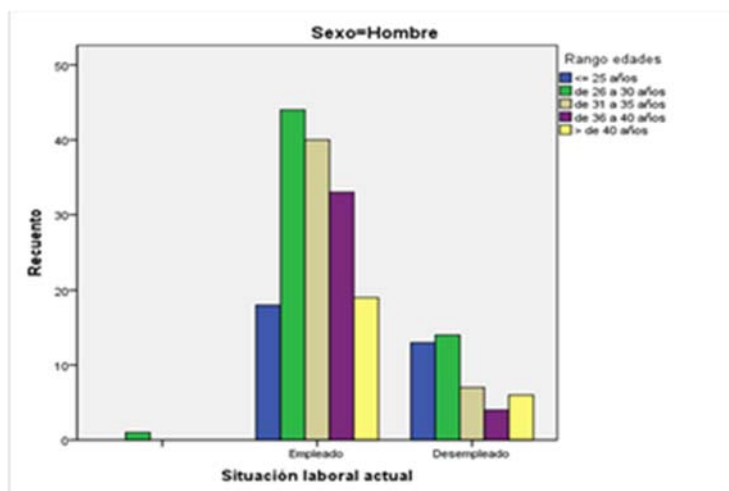
Anexo 3

Primeros Resultados: Tablas de Contingencia



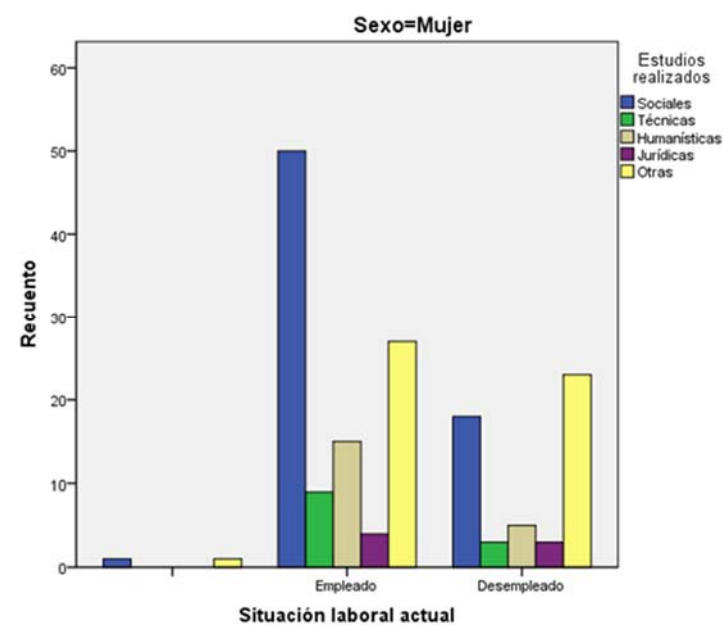
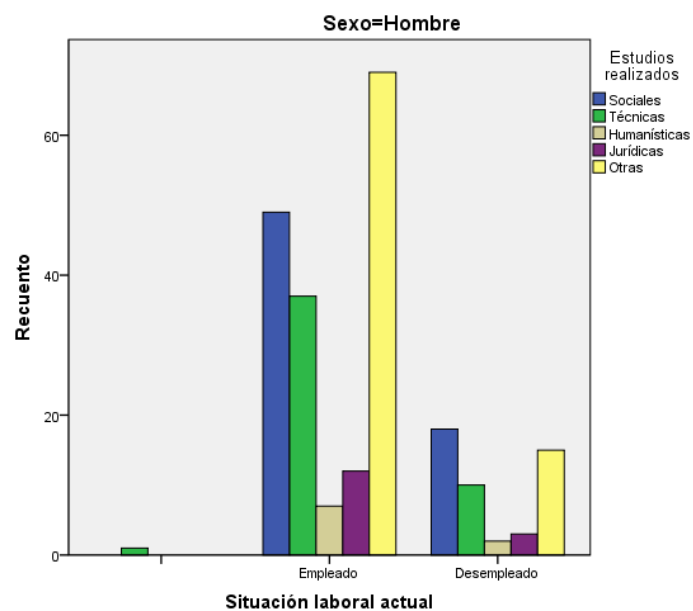
**Tabla 1** de contingencia Situación laboral actual * Rango edades * Sexo

Recuento			Rango edades					Total
Sexo			<= 25 años	de 26 a 30 años	de 31 a 35 años	de 36 a 40 años	> de 40 años	
Mujer	Situación laboral actual		0	1	1	0	0	2
		Empleado	22	35	18	19	7	101
		Desempleado	30	15	3	2	1	51
	Total		52	51	22	21	8	154
Hombre	Situación laboral actual		0	1	0	0	0	1
		Empleado	18	44	40	33	19	154
		Desempleado	13	14	7	4	6	44
	Total		31	59	47	37	25	199
Total	Situación laboral actual		0	2	1	0	0	3
		Empleado	40	79	58	52	26	255
		Desempleado	43	29	10	6	7	95
	Total		83	110	69	58	33	353



**Tabla 2 de contingencia Situación laboral actual * Estudios realizados * Sexo**

Recuento			Estudios realizados					Total
Sexo			Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	Otras	
Mujer	Situación laboral actual		1	0	0	0	1	2
	Empleado		50	9	15	4	27	105
	Desempleado		18	3	5	3	23	52
	Total		69	12	20	7	51	159
Hombre	Situación laboral actual		0	1	0	0	0	1
	Empleado		49	37	7	12	69	174
	Desempleado		18	10	2	3	15	48
	Total		67	48	9	15	84	223
Total	Situación laboral actual		1	1	0	0	1	3
	Empleado		99	46	22	16	96	279
	Desempleado		36	13	7	6	38	100
	Total		136	60	29	22	135	382



**Tabla 3 Situación laboral actual * Años de experiencia * Sexo**

Recuento		Años de experiencia						Total
		Sin experiencia	1 año de experiencia	2 años	3, 4 y 5 años	de 6 a 10 años	más de 10 años	
Mujer	Situación laboral actual	0	0	0	1	1	0	2
	Empleado	7	10	6	23	27	32	105
	Desempleado	12	15	7	10	5	3	52
	Total	19	25	13	34	33	35	159
Hombre	Situación laboral actual	0	0	0	1	0	0	1
	Empleado	1	8	19	40	44	62	174
	Desempleado	11	7	4	8	9	9	48
	Total	12	15	23	49	53	71	223
Total	Situación laboral actual	0	0	0	2	1	0	3
	Empleado	8	18	25	63	71	94	279
	Desempleado	23	22	11	18	14	12	100
	Total	31	40	36	83	86	106	382

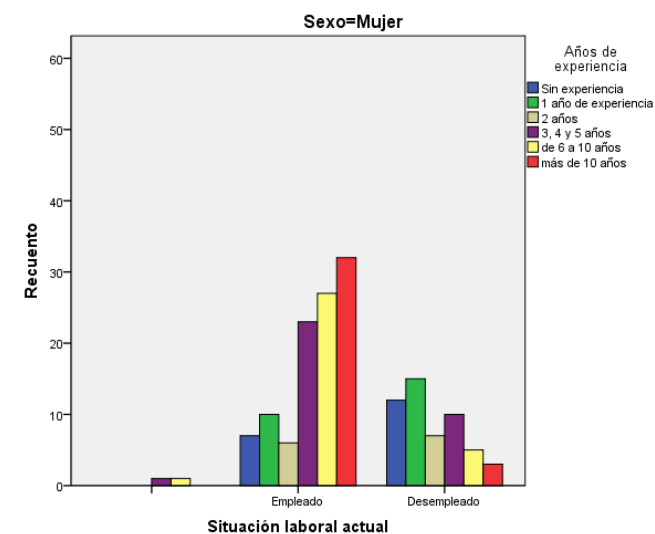
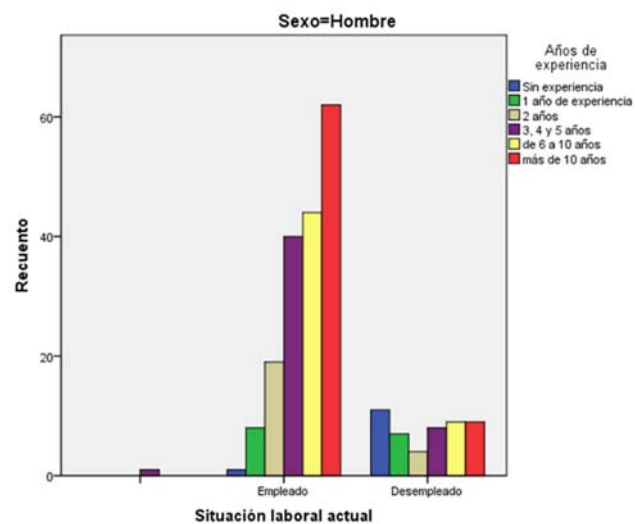




Tabla 4 Master cursado * Situación laboral actual * Sexo

Recuento

Sexo			Situación laboral actual			Total
			Empleado	Desempleado		
Mujer	Master cursado	DRHO	0	19	7	26
		EMBA	0	26	3	29
		GESCO	0	29	20	49
		GESTIÓN COMERCIAL	0	0	1	1
		MARKETING ESTRATÉGICO	0	3	1	4
		MARKETING OPERATIVO	0	5	0	5
		MBA	1	2	5	8
		MBA ENTREPRENEURSHIP	0	1	0	1
		MDF	0	3	2	5
		MPC	1	3	2	6
		MRI URJC	0	5	11	16
		PSDC	0	5	0	5
		PSDV	0	2	0	2
		RRHH	0	2	0	2
		Total		2	105	52
Hombre	Master cursado	DIR.MARKETING	0	1	0	1
		DRHO	0	12	5	17
		EMBA	0	65	7	72
		EMPRENDEDORES UCM	0	1	0	1
		GESCO	0	39	13	52
		MARKETING ESTRATÉGICO	0	1	0	1
		MARKETING OPERATIVO	0	1	0	1
		MBA	0	5	4	9
		MBA ENPRENDEDORES	0	1	0	1
		MBA ENTREPRENEURSHIP	1	2	5	8
		MDF	0	19	4	23
		MPC	0	1	0	1
		MRI URJC	0	4	9	13
		PSDC	0	1	0	1
		PSDV	0	17	0	17
		RRHH	0	4	1	5
		Total		1	174	48
Total	Master cursado	DIR.MARKETING	0	1	0	1
		DRHO	0	31	12	43
		EMBA	0	91	10	101
		EMPRENDEDORES UCM	0	1	0	1
		GESCO	0	68	33	101
		GESTIÓN COMERCIAL	0	0	1	1
		MARKETING ESTRATÉGICO	0	4	1	5
		MARKETING OPERATIVO	0	6	0	6
		MBA	1	7	9	17
		MBA ENPRENDEDORES	0	1	0	1
		MBA ENTREPRENEURSHIP	1	3	5	9
		MDF	0	22	6	28
		MPC	1	4	2	7
		MRI URJC	0	9	20	29
		PSDC	0	6	0	6
		PSDV	0	19	0	19
		RRHH	0	6	1	7
		Total		3	279	100



Tabla 5 Master cursado * Estudios realizados * Sexo

Recuento			Estudios realizados					Total
Sexo			Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	Otras	
Mujer	Master cursado	DRHO	5	1	14	2	4	26
		EMBA	15	5	0	2	7	29
		GESCO	29	4	1	2	13	49
		GESTIÓN COMERCIAL	0	0	0	0	1	1
		MARKETING ESTRATÉGICO	2	0	1	0	1	4
		MARKETING OPERATIVO	2	0	1	0	2	5
		MBA	5	1	0	0	2	8
		MBA ENTREPRENEURSHIP	1	0	0	0	0	1
		MDF	4	0	0	0	1	5
		MPC	2	0	2	0	2	6
		MRI URJC	0	0	0	0	16	16
		PSDC	3	0	0	0	2	5
		PSDV	1	1	0	0	0	2
		RRHH	0	0	1	1	0	2
		Total	69	12	20	7	51	159
Hombre	Master cursado	DIR.MARKETING	1	0	0	0	0	1
		DRHO	2	0	5	5	5	17
		EMBA	16	24	4	5	23	72
		EMPRENDEDORES UCM	0	0	0	1	0	1
		GESCO	27	12	0	0	13	52
		MARKETING ESTRATÉGICO	0	0	0	0	1	1
		MARKETING OPERATIVO	1	0	0	0	0	1
		MBA	2	3	0	0	4	9
		MBA ENPRENDEDORES	1	0	0	0	0	1
		MBA ENTREPRENEURSHIP	3	3	0	2	0	8
		MDF	9	4	0	1	9	23
		MPC	1	0	0	0	0	1
		MRI URJC	1	0	0	0	12	13
		PSDC	0	0	0	0	1	1
		PSDV	1	2	0	1	13	17
		RRHH	2	0	0	0	3	5
		Total	67	48	9	15	84	223
Total	Master cursado	DIR.MARKETING	1	0	0	0	0	1
		DRHO	7	1	19	7	9	43
		EMBA	31	29	4	7	30	101
		EMPRENDEDORES UCM	0	0	0	1	0	1
		GESCO	56	16	1	2	26	101
		GESTIÓN COMERCIAL	0	0	0	0	1	1
		MARKETING ESTRATÉGICO	2	0	1	0	2	5
		MARKETING OPERATIVO	3	0	1	0	2	6
		MBA	7	4	0	0	6	17
		MBA ENPRENDEDORES	1	0	0	0	0	1
		MBA ENTREPRENEURSHIP	4	3	0	2	0	9
		MDF	13	4	0	1	10	28
		MPC	3	0	2	0	2	7
		MRI URJC	1	0	0	0	28	29
		PSDC	3	0	0	0	3	6
		PSDV	2	3	0	1	13	19
		RRHH	2	0	1	1	3	7
		Total	136	60	29	22	135	382



Tabla 6 Master cursado * Rango edades * Sexo

Recuento			Rango edades					Total
Sexo			<= 25 años	de 26 a 30 años	de 31 a 35 años	de 36 a 40 años	> de 40 años	
Mujer	Master cursado	DRHO	4	7	7	3	2	23
		EMBA	0	5	7	12	4	28
		GESCO	23	18	3	4	1	49
		GESTIÓN COMERCIAL	0	1	0	0	0	1
		MARKETING ESTRATÉGICO	1	3	0	0	0	4
		MARKETING OPERATIVO	0	2	1	1	1	5
		MBA	5	2	1	0	0	8
		MBA	0	1	0	0	0	1
		ENTREPRENEURSHIP						
		MDF	0	3	1	0	0	4
		MPC	3	3	0	0	0	6
		MRI URJC	13	2	1	0	0	16
		PSDC	2	3	0	0	0	5
		PSDV	1	0	0	1	0	2
		RRHH	0	1	1	0	0	2
		Total	52	51	22	21	8	154
Hombre	Master cursado	DRHO	3	3	4	2	4	16
		EMBA	1	7	26	19	12	65
		EMPRENEDORES UCM	0	1	0	0	0	1
		GESCO	11	22	7	7	2	49
		MARKETING ESTRATÉGICO	0	0	1	0	0	1
		MARKETING OPERATIVO	1	0	0	0	0	1
		MBA	3	3	1	0	0	7
		MBA ENPRENEDORES	1	0	0	0	0	1
		MBA	4	1	0	2	1	8
		ENTREPRENEURSHIP						
		MDF	1	9	4	1	0	15
		MPC	0	1	0	0	0	1
		MRI URJC	4	8	1	0	0	13
		PSDC	0	0	0	1	0	1
		PSDV	2	1	2	5	5	15
		RRHH	0	3	1	0	1	5
		Total	31	59	47	37	25	199
Total	Master cursado	DRHO	7	10	11	5	6	39
		EMBA	1	12	33	31	16	93
		EMPRENEDORES UCM	0	1	0	0	0	1
		GESCO	34	40	10	11	3	98
		GESTIÓN COMERCIAL	0	1	0	0	0	1
		MARKETING ESTRATÉGICO	1	3	1	0	0	5
		MARKETING OPERATIVO	1	2	1	1	1	6
		MBA	8	5	2	0	0	15
		MBA ENPRENEDORES	1	0	0	0	0	1
		MBA	4	2	0	2	1	9
		ENTREPRENEURSHIP						
		MDF	1	12	5	1	0	19
		MPC	3	4	0	0	0	7
		MRI URJC	17	10	2	0	0	29
		PSDC	2	3	0	1	0	6
		PSDV	3	1	2	6	5	17
		RRHH	0	4	2	0	1	7
		Total	83	110	69	58	33	353



Tabla 7 Situación laboral actual * Se ha planteado crear empresa * Sexo

Recuento			Se ha planteado crear empresa		Total
Sexo	Situación laboral actual		Si crear empresa	No crear empresa	
Mujer	Situación laboral actual		0	2	2
		Empleado	47	58	105
		Desempleado	26	26	52
	Total		73	86	159
Hombre	Situación laboral actual		1	0	1
		Empleado	90	84	174
		Desempleado	30	18	48
	Total		121	102	223
Total	Situación laboral actual		1	2	3
		Empleado	137	142	279
		Desempleado	56	44	100
	Total		194	188	382

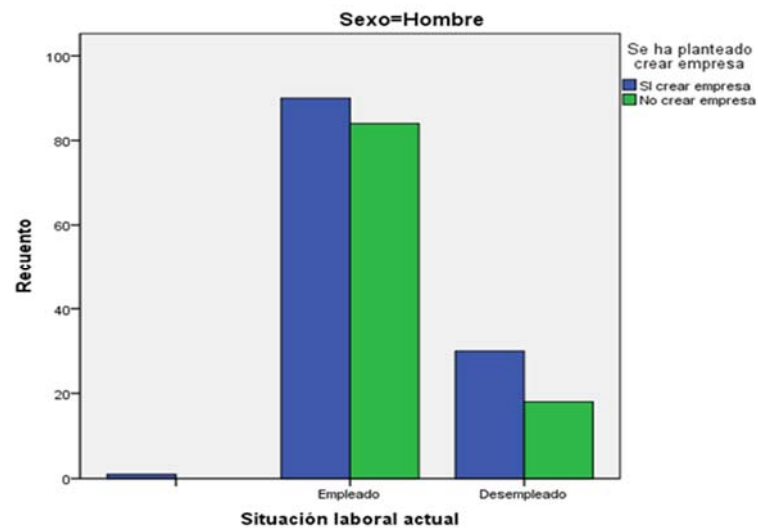
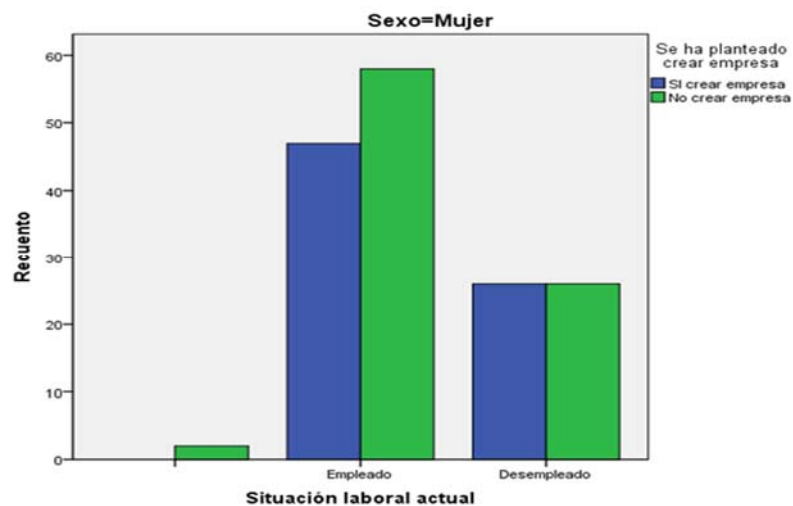
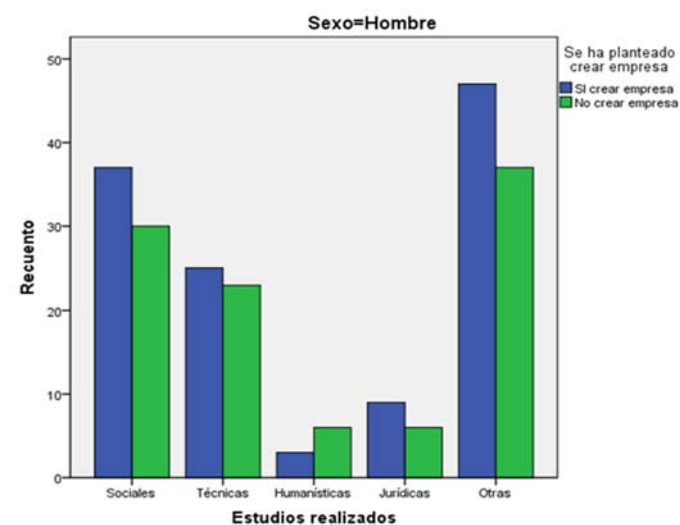
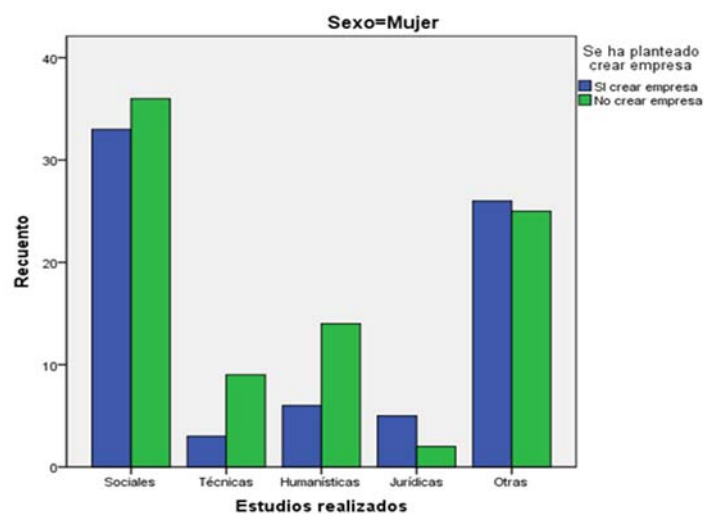




Tabla 8 Estudios realizados * Se ha planteado crear empresa * Sexo

Recuento			Se ha planteado crear empresa		Total
Sexo	Estudios realizados		SI crear empresa	No crear empresa	
Mujer	Estudios realizados	Sociales	33	36	69
		Técnicas	3	9	12
		Humanísticas	6	14	20
		Jurídicas	5	2	7
		Otras	26	25	51
	Total		73	86	159
Hombre	Estudios realizados	Sociales	37	30	67
		Técnicas	25	23	48
		Humanísticas	3	6	9
		Jurídicas	9	6	15
		Otras	47	37	84
	Total		121	102	223
Total	Estudios realizados	Sociales	70	66	136
		Técnicas	28	32	60
		Humanísticas	9	20	29
		Jurídicas	14	8	22
		Otras	73	62	135
	Total		194	188	382



**Tabla 9 En qué sector * Quieres crear empresa * Sexo**

Sexo		Quieres crear empresa		Total
		SI crear empresa	No crear empresa	
En qué sector			5	5
Total			5	5
Mujer	En qué sector	16	86	102
	AGENCIA PUBLICITARIA	1	0	1
	AGENCIA VIAJES SOBRECUIDA	1	0	1
	ALIMENTARIO	1	0	1
	BIENES USADOS	1	0	1
	BIENESTAR	1	0	1
	COCINA	1	0	1
	COMUNICACIÓN	3	0	3
	CONSTRUCCIÓN	1	0	1
	CONSULTORÍA	3	0	3
	CONSUMO	1	0	1
	COSMÉTICA	1	0	1
	DIETÉTICA	1	0	1
	DISEÑO GRÁFICO	1	0	1
	EXPORTACIÓN	1	0	1
	FORMACIÓN	1	0	1
	GOURMET	1	0	1
	HOSTELERÍA	3	0	3
	IND. LUJO	1	0	1
	INDUSTRIAL	1	0	1
	INFANTIL	1	0	1
	INVERSIÓN	1	0	1
	LOGÍSTICO	1	0	1
	MARKETING	2	0	2
	MODA	1	0	1
	NUEVAS TECNOLOGÍAS	1	0	1
	OCIO	1	0	1
	PARAFARMACIA	1	0	1
	PUBLICIDAD	2	0	2
	RESTAURACIÓN	1	0	1
	RRPP	1	0	1
	SALUD	1	0	1
	SERVICIOS	12	0	12
	TEXTIL	2	0	2
	TURISMO	3	0	3
	VENTAS AL PUBLICO	1	0	1
	Total	73	86	159
Hombre	En qué sector	19	102	121
	ALIMENTARIO	1	0	1
	ASESORÍA	1	0	1
	BANCA	1	0	1
	BIENES RAICES	1	0	1
	BUSINESS INTELLIGENCE	1	0	1
	COACHING	2	0	2
	COMUNICACIÓN	4	0	4
	CONSTRUCCIÓN	1	0	1
	CONSULTORÍA	1	0	1
	DEPORTE	6	0	6
	DISTRIBUCIÓN	2	0	2
	E-COMMERCE	1	0	1
	ELECTRÓNICA	1	0	1
	EXPORTACIÓN	2	0	2
	FABRICACIÓN	1	0	1
	FINANCIERO	1	0	1
	FORMACIÓN	1	0	1
	HOSTELERÍA	7	0	7
	IND. LUJO	1	0	1
	INDUSTRIAL	5	0	5
	INGENIERÍA	1	0	1
	INTERNET	4	0	4
	IT	1	0	1
	MARKETING	3	0	3
	METAL	1	0	1
	NO LO SÉ	1	0	1
	NUEVAS TECNOLOGÍAS	1	0	1
	OCIO	1	0	1
	PRODUCCIÓN	1	0	1
	RESTAURACIÓN	1	0	1
	SEGUROS	1	0	1



Anexos

	SERVICIOS	26	0	26
	TABACO	1	0	1
	TECNOLOGÍA	9	0	9
	TELECOMUNICACIONES	2	0	2
	TEXTIL	2	0	2
	TURISMO	4	0	4
	VITIVINÍCOLA	1	0	1
	Total	121	102	223
Total	En qué sector	35	193	228
	AGENCIA PUBLICITARIA	1	0	1
	AGENCIA VIAJES SOBRECUIDA	1	0	1
	ALIMENTARIO	2	0	2
	ASESORÍA	1	0	1
	BANCA	1	0	1
	BIENES RAICES	1	0	1
	BIENES USADOS	1	0	1
	BIENESTAR	1	0	1
	BUSINESS INTELLIGENCE	1	0	1
	COACHING	2	0	2
	COCINA	1	0	1
	COMUNICACIÓN	7	0	7
	CONSTRUCCIÓN	2	0	2
	CONSULTORÍA	4	0	4
	CONSUMO	1	0	1
	COSMÉTICA	1	0	1
	DEPORTE	6	0	6
	DIETÉTICA	1	0	1
	DISEÑO GRÁFICO	1	0	1
	DISTRIBUCIÓN	2	0	2
	E-COMMERCE	1	0	1
	ELECTRÓNICA	1	0	1
	EXPORTACIÓN	3	0	3
	FABRICACIÓN	1	0	1
	FINANCIERO	1	0	1
	FORMACIÓN	2	0	2
	GOURMET	1	0	1
	HOSTELERÍA	10	0	10
	IND. LUJO	2	0	2
	INDUSTRIAL	6	0	6
	INFANTIL	1	0	1
	INGENIERÍA	1	0	1
	INTERNET	4	0	4
	INVERSIÓN	1	0	1
	IT	1	0	1
	LOGÍSTICO	1	0	1
	MARKETING	5	0	5
	METAL	1	0	1
	MODA	1	0	1
	NO LO SÉ	1	0	1
	NUEVAS TECNOLOGÍAS	2	0	2
	OCIO	2	0	2
	PARAFARMACIA	1	0	1
	PRODUCCIÓN	1	0	1
	PUBLICIDAD	2	0	2
	RESTAURACIÓN	2	0	2
	RRPP	1	0	1
	SALUD	1	0	1
	SEGUROS	1	0	1
	SERVICIOS	38	0	38
	TABACO	1	0	1
	TECNOLOGÍA	9	0	9
	TELECOMUNICACIONES	2	0	2
	TEXTIL	4	0	4
	TURISMO	7	0	7
	VENTAS AL PÚBLICO	1	0	1
	VITIVINÍCOLA	1	0	1
	Total	194	193	387



Tabla 10 Sector empresa familiar * Familiar con empresa * Sexo

Recuento		Familiar con empresa		Total
Sexo		Familiar empresario	Familiar NO empresario	
	Sector empresa familiar	0	4	4
	MOVIL DE LA INVESTIGACION	1	0	1
	Total	1	4	5
Mujer	Sector empresa familiar	6	58	64
	ABOGACÍA	1	0	1
	ADMINISTRADOR	1	0	1
	AGRICULTURA	6	0	6
	ALIMENTACION	1	0	1
	ALIMENTARIO	5	0	5
	ANTIGÜEDADES	1	0	1
	ARQUITECTURA	2	0	2
	ARTES GRÁFICAS	1	0	1
	AUTOMOCIÓN	2	0	2
	AUTOMOVIL Y HOSTELERIA	1	0	1
	COMERCIO	5	0	5
	COMUNICACIONES	1	0	1
	CONSTRUCCION	1	0	1
	CONSTRUCCIÓN	11	0	11
	CONSULTORÍA	1	0	1
	DECORACIÓN	1	0	1
	DEPORTIVO	1	0	1
	DISTRIBUCIÓN	1	0	1
	ELECTRÓNICA	2	0	2
	ESCUELA/SERVICIO	1	0	1
	EVENTOS	1	0	1
	FABRICACION	1	0	1
	FABRICACIÓN	1	0	1
	FOTOGRAFÍA	1	0	1
	GUARDERÍA	1	0	1
	HOSTELERO	5	0	5
	IMPORTACIÓN	1	0	1
	INDUSTRIA	1	0	1
	INGENIERÍA	1	0	1
	INMOBILIARIO	2	1	3
	INVESTIGACIÓN	1	0	1
	JUEGO	1	0	1
	MADERA	1	0	1
	MAQUINARIA	1	0	1
	MEDICINA	1	0	1
	METAL	2	0	2
	MODA	1	0	1
	MUEBLES	1	0	1
	NAÚTICO	1	0	1
	NUEVAS TECNOLOGÍAS	1	0	1
	PAPELERO	1	0	1
	PETROLEO	1	0	1
	PRIMARIO	1	0	1
	QUIMICO	1	0	1
	RESTAURACIÓN	1	0	1
	RESTAURANTE	1	0	1
	SALUD	2	0	2
	SERVICIOS	6	0	6
	SISTEMAS DE INFORMACIÓN	1	0	1
	TELECOMUNICACIONES	1	0	1
	TEXTIL	3	0	3
	TRANSPORTE	1	0	1
	TURISMO	2	0	2
	Total	100	59	159
Hombre	Sector empresa familiar	7	100	107
	AGRICULTURA	3	0	3
	AGROALIMENTARIO	1	0	1



Anexos

		ALIMENTARIO	4	0	4
		ARTES GRÁFICAS	2	0	2
		AUTOMOCIÓN	1	0	1
		BODEGAS	1	0	1
		CLINICA VETERINARIA	1	0	1
		COLECTORES	1	0	1
		COMERCIO	4	0	4
		COMUNICACIONES	1	0	1
		CONSTRUCCIÓN	8	0	8
		CONSULTORÍA	1	0	1
		DEPORTIVO	1	0	1
		DISTRIBUCIÓN	4	0	4
		DISTRIBUCIÓN AUTOMOCIÓN	1	0	1
		DISTRIBUCION/PUBLICIDAD/CONSTRUCCION DE EQUIPAMIENTOS	1	0	1
		EDUCACIÓN	2	0	2
		ELECTRÓNICA	1	0	1
		FABRICACIÓN	1	0	1
		FABRICACIÓN/COMERCIO INTERN./PROMOTOR INMOBILIARIO	1	0	1
		FOTO, ELECTRODOM...	1	0	1
		GANADERO	2	0	2
		GESTORÍA	1	0	1
		HOSTELERIA	3	0	3
		HOSTELERO	8	0	8
		INDUSTRIA	3	0	3
		INFORMÁTICO	2	0	2
		INMOBILIARIO	1	0	1
		INSTRUMENTACIÓN	1	0	1
		INTERNET	1	0	1
		IT	1	0	1
		JOYERÍA	1	0	1
		LOGÍSTICA	1	0	1
		MADERERO	1	0	1
		MANTENIMIENTO	2	0	2
		MEDICINA	1	0	1
		METAL	2	0	2
		OBRAS PÚBLICAS	1	0	1
		OCIO	1	0	1
		PERIODISMO	1	0	1
		PUBLICIDAD	1	0	1
		RECREATIVO	1	0	1
		RECURSOS HUMANOS	1	0	1
		REPARACION ELECTRODOMESTICOS	1	0	1
		RESTAURACIÓN	2	0	2
		SALUD	2	0	2
		SANITARIO	2	0	2
		SERVICIOS	16	0	16
		SERVICIOS DOMÉSTICOS	1	0	1
		TECNOLOGÍA	1	0	1
		TEXTIL	7	1	8
		TOPOGRAFÍA	1	0	1
		TRANSPORTE	2	0	2
		TURÍSTICO	2	0	2
	Total		122	101	223
Total	Sector empresa familiar	ABOGACÍA	13	162	175
		ADMINISTRADOR	1	0	1
		AGRICULTURA	1	0	1
		AGROALIMENTARIO	9	0	9
		ALIMENTACION	1	0	1
		ALIMENTARIO	9	0	9
		ANTIGÜEDADES	1	0	1
		ARQUITECTURA	2	0	2
		ARTES GRÁFICAS	3	0	3
		AUTOMOCIÓN	3	0	3
		AUTOMOVIL Y HOSTELERIA	1	0	1



Anexos

BODEGAS	1	0	1
CLINICA VETERINARIA	1	0	1
COLECTORES	1	0	1
COMERCIO	9	0	9
COMUNICACIONES	2	0	2
CONSTRUCCION	1	0	1
CONSTRUCCIÓN	19	0	19
CONSULTORÍA	2	0	2
DECORACIÓN	1	0	1
DEPORTIVO	2	0	2
DISTRIBUCIÓN	5	0	5
DISTRIBUCIÓN AUTOMOCIÓN	1	0	1
DISTRIBUCION/PUBLICIDAD/CONSTRUCCION DE EQUIPAMIENTOS	1	0	1
EDUCACIÓN	2	0	2
ELECTRÓNICA	3	0	3
ESCUELA/SERVICIO	1	0	1
EVENTOS	1	0	1
FABRICACION	1	0	1
FABRICACIÓN	2	0	2
FABRICACIÓN/COMERCIO INTERN./PROMOTOR	1	0	1
INMOBILIARIO			
FOTO, ELECTRODOM...	1	0	1
FOTOGRAFÍA	1	0	1
GANADERO	2	0	2
GESTORÍA	1	0	1
GUARDERÍA	1	0	1
HOSTELERIA	3	0	3
HOSTELERO	13	0	13
IMPORTACIÓN	1	0	1
INDUSTRIA	4	0	4
INFORMÁTICO	2	0	2
INGENIERÍA	1	0	1
INMOBILIARIO	3	1	4
INSTRUMENTACIÓN	1	0	1
INTERNET	1	0	1
INVESTIGACIÓN	1	0	1
IT	1	0	1
JOYERÍA	1	0	1
JUEGO	1	0	1
LOGÍSTICA	1	0	1
MADERA	1	0	1
MADERERO	1	0	1
MANTENIMIENTO	2	0	2
MAQUINARIA	1	0	1
MEDICINA	2	0	2
METAL	4	0	4
MODA	1	0	1
MOVIL DE LA INVESTIGACION	1	0	1
MUEBLES	1	0	1
NAÚTICO	1	0	1
NUEVAS TECNOLOGÍAS	1	0	1
OBRAS PÚBLICAS	1	0	1
OCIO	1	0	1
PAPELERO	1	0	1
PERIODISMO	1	0	1
PETROLEO	1	0	1
PRIMARIO	1	0	1
PUBLICIDAD	1	0	1
QUIMICO	1	0	1
RECREATIVO	1	0	1
RECURSOS HUMANOS	1	0	1



Anexos

REPARACION ELECTRODOMESTICOS	1	0	1
RESTAURACIÓN	3	0	3
RESTAURANTE	1	0	1
SALUD	4	0	4
SANITARIO	2	0	2
SERVICIOS	22	0	22
SERVICIOS DOMÉSTICOS	1	0	1
SISTEMAS DE INFORMACIÓN	1	0	1
TECNOLOGÍA	1	0	1
TELECOMUNICACIONES	1	0	1
TEXTIL	10	1	11
TOPOGRAFÍA	1	0	1
TRANSPORTE	3	0	3
TURISMO	2	0	2
TURÍSTICO	2	0	2
Total	223	164	387



Anexo 4

Tablas de Contingencia Definitivas



**Tabla 11. Quieres crear empresa * CC.AA. Residencia * Sexo**

				CC.AA. Residencia												Total	
					ANDALUCÍA	ARAGÓN	CANTABRIA	CASTILLA LA MANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	ESPAÑA	ISLAS BALEARES	MADRID	PAIS VASCO		
Sexo	Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	0	18	11			1	21		0	0	17	5	73
				% dentro de Quieres crear empresa	,0%	24,7%	15,1%			1,4%	28,8%		,0%	,0%	23,3%	6,8%	100,0%
				% dentro de CC.AA. Residencia	,0%	54,5%	45,8%			50,0%	55,3%		,0%	,0%	37,0%	50,0%	45,9%
				% del total	,0%	11,3%	6,9%			,6%	13,2%		,0%	,0%	10,7%	3,1%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	4	15	13			1	17		1	1	29	5	86	
			% dentro de Quieres crear empresa	4,7%	17,4%	15,1%			1,2%	19,8%		1,2%	1,2%	33,7%	5,8%	100,0%	
	Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	% dentro de CC.AA. Residencia	100,0%	45,5%	54,2%			50,0%	44,7%		100,0%	100,0%	63,0%	50,0%	54,1%
				% del total	2,5%	9,4%	8,2%			,6%	10,7%		,6%	,6%	18,2%	3,1%	54,1%
				Recuento	4	33	24			2	38		1	1	46	10	159
				% dentro de Quieres crear empresa	2,5%	20,8%	15,1%			1,3%	23,9%		,6%	,6%	28,9%	6,3%	100,0%
		No crear empresa	% dentro de CC.AA. Residencia	100,0%	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
			% del total	2,5%	20,8%	15,1%			1,3%	23,9%		,6%	,6%	28,9%	6,3%	100,0%	
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	0	39	14	1	0		27	1		0	31	8	121	
			% dentro de Quieres crear empresa	,0%	32,2%	11,6%	,8%	,0%		22,3%	,8%		,0%	25,6%	6,6%	100,0%	
			% dentro de CC.AA. Residencia	,0%	66,1%	48,3%	100,0%	,0%		57,4%	50,0%		,0%	64,6%	25,8%	54,3%	
			% del total	,0%	17,5%	6,3%	,4%	,0%		12,1%	,4%		,0%	13,9%	3,6%	54,3%	
		No crear empresa	Recuento	2	20	15	0	3		20	1		1	17	23	102	
			% dentro de Quieres crear empresa	2,0%	19,6%	14,7%	,0%	2,9%		19,6%	1,0%		1,0%	16,7%	22,5%	100,0%	
	Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	% dentro de CC.AA. Residencia	100,0%	33,9%	51,7%	,0%	100,0%		42,6%	50,0%		100,0%	35,4%	74,2%	45,7%
				% del total	,9%	9,0%	6,7%	,0%	1,3%		9,0%	,4%		,4%	7,6%	10,3%	45,7%
				Recuento	2	59	29	1	3		47	2		1	48	31	223
				% dentro de Quieres crear empresa	,9%	26,5%	13,0%	,4%	1,3%		21,1%	,9%		,4%	21,5%	13,9%	100,0%
		No crear empresa	% dentro de CC.AA. Residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
			% del total	,9%	26,5%	13,0%	,4%	1,3%		21,1%	,9%		,4%	21,5%	13,9%	100,0%	



				CC.AA. Residencia											Total	
					ANDALUCÍA	ARAGÓN	CANTABRIA	CASTILLA LA MANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	ESPAÑA	ISLAS BALEARES	MADRID		PAIS VASCO
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	0	57	25	1	0	1	48	1	0	0	48	13	194
			% dentro de Quieres crear empresa	,0%	29,4%	12,9%	,5%	,0%	,5%	24,7%	,5%	,0%	,0%	24,7%	6,7%	100,0%
			% dentro de CC.AA. Residencia	,0%	62,0%	47,2%	100,0%	,0%	50,0%	56,5%	50,0%	,0%	,0%	51,1%	31,7%	50,8%
			% del total	,0%	14,9%	6,5%	,3%	,0%	,3%	12,6%	,3%	,0%	,0%	12,6%	3,4%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	6	35	28	0	3	1	37	1	1	2	46	28	188
			% dentro de Quieres crear empresa	3,2%	18,6%	14,9%	,0%	1,6%	,5%	19,7%	,5%	,5%	1,1%	24,5%	14,9%	100,0%
			% dentro de CC.AA. Residencia	100,0%	38,0%	52,8%	,0%	100,0%	50,0%	43,5%	50,0%	100,0%	100,0%	48,9%	68,3%	49,2%
			% del total	1,6%	9,2%	7,3%	,0%	,8%	,3%	9,7%	,3%	,3%	,5%	12,0%	7,3%	49,2%
	Total	Recuento	6	92	53	1	3	2	85	2	1	2	94	41	382	
		% dentro de Quieres crear empresa	1,6%	24,1%	13,9%	,3%	,8%	,5%	22,3%	,5%	,3%	,5%	24,6%	10,7%	100,0%	
		% dentro de CC.AA. Residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	1,6%	24,1%	13,9%	,3%	,8%	,5%	22,3%	,5%	,3%	,5%	24,6%	10,7%	100,0%	

**Tabla 12 Quieres crear empresa * Sector crear empresa propia * Sexo**

Sexo				Sector crear empresa propia				Total
					Sector Secundario	Sector Servicios	Construcción	
Mujer	Quieres crear empresa	Si crear empresa	Recuento	16	3	53	1	73
			% dentro de Quieres crear empresa	21,9%	4,1%	72,6%	1,4%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	15,7%	100,0%	100,0%	100,0%	45,9%
			% del total	10,1%	1,9%	33,3%	,6%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	86	0	0	0	86
			% dentro de Quieres crear empresa	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	84,3%	,0%	,0%	,0%	54,1%
			% del total	54,1%	,0%	,0%	,0%	54,1%
	Total		Recuento	102	3	53	1	159
			% dentro de Quieres crear empresa	64,2%	1,9%	33,3%	,6%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	64,2%	1,9%	33,3%	,6%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	Si crear empresa	Recuento	20	28	72	1	121
			% dentro de Quieres crear empresa	16,5%	23,1%	59,5%	,8%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	16,4%	100,0%	100,0%	100,0%	54,3%
			% del total	9,0%	12,6%	32,3%	,4%	54,3%
		No crear empresa	Recuento	102	0	0	0	102
			% dentro de Quieres crear empresa	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	83,6%	,0%	,0%	,0%	45,7%
			% del total	45,7%	,0%	,0%	,0%	45,7%
	Total		Recuento	122	28	72	1	223
			% dentro de Quieres crear empresa	54,7%	12,6%	32,3%	,4%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	54,7%	12,6%	32,3%	,4%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	Si crear empresa	Recuento	36	31	125	2	194
			% dentro de Quieres crear empresa	18,6%	16,0%	64,4%	1,0%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	16,1%	100,0%	100,0%	100,0%	50,8%
			% del total	9,4%	8,1%	32,7%	,5%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	188	0	0	0	188
			% dentro de Quieres crear empresa	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	83,9%	,0%	,0%	,0%	49,2%
			% del total	49,2%	,0%	,0%	,0%	49,2%
	Total		Recuento	224	31	125	2	382
			% dentro de Quieres crear empresa	58,6%	8,1%	32,7%	,5%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	58,6%	8,1%	32,7%	,5%	100,0%

**Tabla 13 Quieres crear empresa * Sector y TIC crear empresa propia * Sexo**

Sexo				Sector y TIC crear empresa propia					Total
					Sector Secundario TIC	Sector Secundario Otros	Sector Servicios	Construcción	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	16	1	2	53	1	73
			% dentro de Quieres crear empresa	21,9%	1,4%	2,7%	72,6%	1,4%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	15,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	45,9%
			% del total	10,1%	,6%	1,3%	33,3%	,6%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	86	0	0	0	0	86
			% dentro de Quieres crear empresa	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	84,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	54,1%
			% del total	54,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	54,1%
	Total	Recuento	102	1	2	53	1	159	
		% dentro de Quieres crear empresa	64,2%	,6%	1,3%	33,3%	,6%	100,0%	
		% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	64,2%	,6%	1,3%	33,3%	,6%	100,0%	
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	20	16	12	72	1	121
			% dentro de Quieres crear empresa	16,5%	13,2%	9,9%	59,5%	,8%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	16,4%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	54,3%
			% del total	9,0%	7,2%	5,4%	32,3%	,4%	54,3%
		No crear empresa	Recuento	102	0	0	0	0	102
			% dentro de Quieres crear empresa	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	83,6%	,0%	,0%	,0%	,0%	45,7%
			% del total	45,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	45,7%
	Total	Recuento	122	16	12	72	1	223	
		% dentro de Quieres crear empresa	54,7%	7,2%	5,4%	32,3%	,4%	100,0%	
		% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	54,7%	7,2%	5,4%	32,3%	,4%	100,0%	
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	36	17	14	125	2	194
			% dentro de Quieres crear empresa	18,6%	8,8%	7,2%	64,4%	1,0%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	16,1%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	50,8%
			% del total	9,4%	4,5%	3,7%	32,7%	,5%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	188	0	0	0	0	188
			% dentro de Quieres crear empresa	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	83,9%	,0%	,0%	,0%	,0%	49,2%
			% del total	49,2%	,0%	,0%	,0%	,0%	49,2%
	Total	Recuento	224	17	14	125	2	382	
		% dentro de Quieres crear empresa	58,6%	4,5%	3,7%	32,7%	,5%	100,0%	
		% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	58,6%	4,5%	3,7%	32,7%	,5%	100,0%	



Tabla 14 Quieres crear empresa * Familiar con empresa * Sexo

Sexo				Familiar con empresa		Total
				Familiar empresario	Familiar NO empresario	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	56	17	73
			% dentro de Quieres crear empresa	76,7%	23,3%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	56,0%	28,8%	45,9%
			% del total	35,2%	10,7%	45,9%
	No crear empresa		Recuento	44	42	86
			% dentro de Quieres crear empresa	51,2%	48,8%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	44,0%	71,2%	54,1%
			% del total	27,7%	26,4%	54,1%
	Total		Recuento	100	59	159
			% dentro de Quieres crear empresa	62,9%	37,1%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	62,9%	37,1%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	81	40	121
			% dentro de Quieres crear empresa	66,9%	33,1%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	66,4%	39,6%	54,3%
			% del total	36,3%	17,9%	54,3%
	No crear empresa		Recuento	41	61	102
			% dentro de Quieres crear empresa	40,2%	59,8%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	33,6%	60,4%	45,7%
			% del total	18,4%	27,4%	45,7%
	Total		Recuento	122	101	223
			% dentro de Quieres crear empresa	54,7%	45,3%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	54,7%	45,3%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	137	57	194
			% dentro de Quieres crear empresa	70,6%	29,4%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	61,7%	35,6%	50,8%
			% del total	35,9%	14,9%	50,8%
	No crear empresa		Recuento	85	103	188
			% dentro de Quieres crear empresa	45,2%	54,8%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	38,3%	64,4%	49,2%
			% del total	22,3%	27,0%	49,2%
	Total		Recuento	222	160	382
			% dentro de Quieres crear empresa	58,1%	41,9%	100,0%
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	58,1%	41,9%	100,0%

**Tabla 15 Quieres crear empresa * Sector empresa familiar * Sexo**

Sexo				Sector empresa familiar					Total
					Sector Primario	Sector Secundario	Sector Servicios	Construcción	
Mujer	Quieres crear empresa	Si crear empresa	Recuento	18	5	7	35	8	73
			% dentro de Quieres crear empresa	24,7%	6,8%	9,6%	47,9%	11,0%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	28,1%	71,4%	43,8%	58,3%	66,7%	45,9%
			% del total	11,3%	3,1%	4,4%	22,0%	5,0%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	46	2	9	25	4	86
			% dentro de Quieres crear empresa	53,5%	2,3%	10,5%	29,1%	4,7%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	71,9%	28,6%	56,3%	41,7%	33,3%	54,1%
			% del total	28,9%	1,3%	5,7%	15,7%	2,5%	54,1%
	Total		Recuento	64	7	16	60	12	159
			% dentro de Quieres crear empresa	40,3%	4,4%	10,1%	37,7%	7,5%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	40,3%	4,4%	10,1%	37,7%	7,5%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	Si crear empresa	Recuento	45	4	18	51	3	121
			% dentro de Quieres crear empresa	37,2%	3,3%	14,9%	42,1%	2,5%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	42,1%	57,1%	90,0%	63,0%	37,5%	54,3%
			% del total	20,2%	1,8%	8,1%	22,9%	1,3%	54,3%
		No crear empresa	Recuento	62	3	2	30	5	102
			% dentro de Quieres crear empresa	60,8%	2,9%	2,0%	29,4%	4,9%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	57,9%	42,9%	10,0%	37,0%	62,5%	45,7%
			% del total	27,8%	1,3%	,9%	13,5%	2,2%	45,7%
	Total		Recuento	107	7	20	81	8	223
			% dentro de Quieres crear empresa	48,0%	3,1%	9,0%	36,3%	3,6%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	48,0%	3,1%	9,0%	36,3%	3,6%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	Si crear empresa	Recuento	63	9	25	86	11	194
			% dentro de Quieres crear empresa	32,5%	4,6%	12,9%	44,3%	5,7%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	36,8%	64,3%	69,4%	61,0%	55,0%	50,8%
			% del total	16,5%	2,4%	6,5%	22,5%	2,9%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	108	5	11	55	9	188
			% dentro de Quieres crear empresa	57,4%	2,7%	5,9%	29,3%	4,8%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	63,2%	35,7%	30,6%	39,0%	45,0%	49,2%
			% del total	28,3%	1,3%	2,9%	14,4%	2,4%	49,2%
	Total		Recuento	171	14	36	141	20	382
			% dentro de Quieres crear empresa	44,8%	3,7%	9,4%	36,9%	5,2%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	44,8%	3,7%	9,4%	36,9%	5,2%	100,0%

**Tabla 16** Quieres crear empresa * Años de experiencia * Sexo

Sexo				Años de experiencia			Total
				Sin experiencia	De 1 a 3 años	Más de 3 años	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	6	20	47	73
			% dentro de Quieres crear empresa	8,2%	27,4%	64,4%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	31,6%	40,0%	52,2%	45,9%
			% del total	3,8%	12,6%	29,6%	45,9%
	No crear empresa		Recuento	13	30	43	86
			% dentro de Quieres crear empresa	15,1%	34,9%	50,0%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	68,4%	60,0%	47,8%	54,1%
			% del total	8,2%	18,9%	27,0%	54,1%
	Total		Recuento	19	50	90	159
			% dentro de Quieres crear empresa	11,9%	31,4%	56,6%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	11,9%	31,4%	56,6%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	3	22	96	121
			% dentro de Quieres crear empresa	2,5%	18,2%	79,3%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	25,0%	40,0%	61,5%	54,3%
			% del total	1,3%	9,9%	43,0%	54,3%
	No crear empresa		Recuento	9	33	60	102
			% dentro de Quieres crear empresa	8,8%	32,4%	58,8%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	75,0%	60,0%	38,5%	45,7%
			% del total	4,0%	14,8%	26,9%	45,7%
	Total		Recuento	12	55	156	223
			% dentro de Quieres crear empresa	5,4%	24,7%	70,0%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	5,4%	24,7%	70,0%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	9	42	143	194
			% dentro de Quieres crear empresa	4,6%	21,6%	73,7%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	29,0%	40,0%	58,1%	50,8%
			% del total	2,4%	11,0%	37,4%	50,8%
	No crear empresa		Recuento	22	63	103	188
			% dentro de Quieres crear empresa	11,7%	33,5%	54,8%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	71,0%	60,0%	41,9%	49,2%
			% del total	5,8%	16,5%	27,0%	49,2%
	Total		Recuento	31	105	246	382
			% dentro de Quieres crear empresa	8,1%	27,5%	64,4%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	8,1%	27,5%	64,4%	100,0%



Tabla 17 Quieres crear empresa * Situación laboral * Sexo

Sexo				Situación laboral			Total
					Empleado	Desempleado	
Mujer	Quieres crear empresa	Sí crear empresa	Recuento	0	47	26	73
			% dentro de Quieres crear empresa	,0%	64,4%	35,6%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	,0%	44,8%	50,0%	45,9%
			% del total	,0%	29,6%	16,4%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	2	58	26	86
			% dentro de Quieres crear empresa	2,3%	67,4%	30,2%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	100,0%	55,2%	50,0%	54,1%
			% del total	1,3%	36,5%	16,4%	54,1%
	Total		Recuento	2	105	52	159
			% dentro de Quieres crear empresa	1,3%	66,0%	32,7%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	1,3%	66,0%	32,7%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	Sí crear empresa	Recuento	1	90	30	121
			% dentro de Quieres crear empresa	,8%	74,4%	24,8%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	100,0%	51,7%	62,5%	54,3%
			% del total	,4%	40,4%	13,5%	54,3%
		No crear empresa	Recuento	0	84	18	102
			% dentro de Quieres crear empresa	,0%	82,4%	17,6%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	,0%	48,3%	37,5%	45,7%
			% del total	,0%	37,7%	8,1%	45,7%
	Total		Recuento	1	174	48	223
			% dentro de Quieres crear empresa	,4%	78,0%	21,5%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	,4%	78,0%	21,5%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	Sí crear empresa	Recuento	1	137	56	194
			% dentro de Quieres crear empresa	,5%	70,6%	28,9%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	33,3%	49,1%	56,0%	50,8%
			% del total	,3%	35,9%	14,7%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	2	142	44	188
			% dentro de Quieres crear empresa	1,1%	75,5%	23,4%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	66,7%	50,9%	44,0%	49,2%
			% del total	,5%	37,2%	11,5%	49,2%
	Total		Recuento	3	279	100	382
			% dentro de Quieres crear empresa	,8%	73,0%	26,2%	100,0%
			% dentro de Situación laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	,8%	73,0%	26,2%	100,0%

**Tabla 18 Quieres crear empresa * Estudios realizados * Sexo**

Sexo				Estudios realizados					Total
				Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	No sabe/no contesta	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	33	3	6	5	26	73
			% dentro de Quieres crear empresa	45,2%	4,1%	8,2%	6,8%	35,6%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	47,8%	25,0%	30,0%	71,4%	51,0%	45,9%
			% del total	20,8%	1,9%	3,8%	3,1%	16,4%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	36	9	14	2	25	86
			% dentro de Quieres crear empresa	41,9%	10,5%	16,3%	2,3%	29,1%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	52,2%	75,0%	70,0%	28,6%	49,0%	54,1%
			% del total	22,6%	5,7%	8,8%	1,3%	15,7%	54,1%
	Total		Recuento	69	12	20	7	51	159
			% dentro de Quieres crear empresa	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	37	25	3	9	47	121
			% dentro de Quieres crear empresa	30,6%	20,7%	2,5%	7,4%	38,8%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	55,2%	52,1%	33,3%	60,0%	56,0%	54,3%
			% del total	16,6%	11,2%	1,3%	4,0%	21,1%	54,3%
		No crear empresa	Recuento	30	23	6	6	37	102
			% dentro de Quieres crear empresa	29,4%	22,5%	5,9%	5,9%	36,3%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	44,8%	47,9%	66,7%	40,0%	44,0%	45,7%
			% del total	13,5%	10,3%	2,7%	2,7%	16,6%	45,7%
	Total		Recuento	67	48	9	15	84	223
			% dentro de Quieres crear empresa	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	70	28	9	14	73	194
			% dentro de Quieres crear empresa	36,1%	14,4%	4,6%	7,2%	37,6%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	51,5%	46,7%	31,0%	63,6%	54,1%	50,8%
			% del total	18,3%	7,3%	2,4%	3,7%	19,1%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	66	32	20	8	62	188
			% dentro de Quieres crear empresa	35,1%	17,0%	10,6%	4,3%	33,0%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	48,5%	53,3%	69,0%	36,4%	45,9%	49,2%
			% del total	17,3%	8,4%	5,2%	2,1%	16,2%	49,2%
	Total		Recuento	136	60	29	22	135	382
			% dentro de Quieres crear empresa	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%

Tabla 19 Quieres crear empresa * Estudios realizados * Situación laboral

Situación laboral				Estudios realizados					Total
				Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	No sabe/no contesta	
	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	0	1			0	1
			% dentro de Quieres crear empresa	,0%	100,0%			,0%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	,0%	100,0%			,0%	33,3%
			% del total	,0%	33,3%			,0%	33,3%
		No crear empresa	Recuento	1	0			1	2
			% dentro de Quieres crear empresa	50,0%	,0%			50,0%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	,0%			100,0%	66,7%
			% del total	33,3%	,0%			33,3%	66,7%
	Total		Recuento	1	1			1	3
			% dentro de Quieres crear empresa	33,3%	33,3%			33,3%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%
			% del total	33,3%	33,3%			33,3%	100,0%
Empleado	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	51	18	6	9	53	137
			% dentro de Quieres crear empresa	37,2%	13,1%	4,4%	6,6%	38,7%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	51,5%	39,1%	27,3%	56,3%	55,2%	49,1%
			% del total	18,3%	6,5%	2,2%	3,2%	19,0%	49,1%
		No crear empresa	Recuento	48	28	16	7	43	142
			% dentro de Quieres crear empresa	33,8%	19,7%	11,3%	4,9%	30,3%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	48,5%	60,9%	72,7%	43,8%	44,8%	50,9%
			% del total	17,2%	10,0%	5,7%	2,5%	15,4%	50,9%
	Total		Recuento	99	46	22	16	96	279
			% dentro de Quieres crear empresa	35,5%	16,5%	7,9%	5,7%	34,4%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	35,5%	16,5%	7,9%	5,7%	34,4%	100,0%
Desempleado	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	19	9	3	5	20	56
			% dentro de Quieres crear empresa	33,9%	16,1%	5,4%	8,9%	35,7%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	52,8%	69,2%	42,9%	83,3%	52,6%	56,0%
			% del total	19,0%	9,0%	3,0%	5,0%	20,0%	56,0%
		No crear empresa	Recuento	17	4	4	1	18	44
			% dentro de Quieres crear empresa	38,6%	9,1%	9,1%	2,3%	40,9%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	47,2%	30,8%	57,1%	16,7%	47,4%	44,0%
			% del total	17,0%	4,0%	4,0%	1,0%	18,0%	44,0%
	Total		Recuento	36	13	7	6	38	100
			% dentro de Quieres crear empresa	36,0%	13,0%	7,0%	6,0%	38,0%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	36,0%	13,0%	7,0%	6,0%	38,0%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	70	28	9	14	73	194
			% dentro de Quieres crear empresa	36,1%	14,4%	4,6%	7,2%	37,6%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	51,5%	46,7%	31,0%	63,6%	54,1%	50,8%
			% del total	18,3%	7,3%	2,4%	3,7%	19,1%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	66	32	20	8	62	188
			% dentro de Quieres crear empresa	35,1%	17,0%	10,6%	4,3%	33,0%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	48,5%	53,3%	69,0%	36,4%	45,9%	49,2%
			% del total	17,3%	8,4%	5,2%	2,1%	16,2%	49,2%
	Total		Recuento	136	60	29	22	135	382
			% dentro de Quieres crear empresa	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%



Tabla 20 Quieres crear empresa * Estudios realizados * Sexo

Sexo				Estudios realizados					Total
				Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	No sabe/no contesta	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	33	3	6	5	26	73
			% dentro de Quieres crear empresa	45,2%	4,1%	8,2%	6,8%	35,6%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	47,8%	25,0%	30,0%	71,4%	51,0%	45,9%
			% del total	20,8%	1,9%	3,8%	3,1%	16,4%	45,9%
		No crear empresa	Recuento	36	9	14	2	25	86
			% dentro de Quieres crear empresa	41,9%	10,5%	16,3%	2,3%	29,1%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	52,2%	75,0%	70,0%	28,6%	49,0%	54,1%
			% del total	22,6%	5,7%	8,8%	1,3%	15,7%	54,1%
	Total		Recuento	69	12	20	7	51	159
		% dentro de Quieres crear empresa	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%	
		% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%	
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	37	25	3	9	47	121
			% dentro de Quieres crear empresa	30,6%	20,7%	2,5%	7,4%	38,8%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	55,2%	52,1%	33,3%	60,0%	56,0%	54,3%
			% del total	16,6%	11,2%	1,3%	4,0%	21,1%	54,3%
		No crear empresa	Recuento	30	23	6	6	37	102
			% dentro de Quieres crear empresa	29,4%	22,5%	5,9%	5,9%	36,3%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	44,8%	47,9%	66,7%	40,0%	44,0%	45,7%
			% del total	13,5%	10,3%	2,7%	2,7%	16,6%	45,7%
	Total		Recuento	67	48	9	15	84	223
		% dentro de Quieres crear empresa	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%	
		% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%	
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	70	28	9	14	73	194
			% dentro de Quieres crear empresa	36,1%	14,4%	4,6%	7,2%	37,6%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	51,5%	46,7%	31,0%	63,6%	54,1%	50,8%
			% del total	18,3%	7,3%	2,4%	3,7%	19,1%	50,8%
		No crear empresa	Recuento	66	32	20	8	62	188
			% dentro de Quieres crear empresa	35,1%	17,0%	10,6%	4,3%	33,0%	100,0%
			% dentro de Estudios realizados	48,5%	53,3%	69,0%	36,4%	45,9%	49,2%
			% del total	17,3%	8,4%	5,2%	2,1%	16,2%	49,2%
	Total		Recuento	136	60	29	22	135	382
		% dentro de Quieres crear empresa	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%	
		% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% del total	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%	

**Tabla 21 Situación laboral * Estudios realizados * Sexo**

Sexo			Estudios realizados					Total
			Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	No sabe/no contesta	
Mujer	Situación laboral	Recuento	1	0	0	0	1	2
		% dentro de Situación laboral	50,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	1,4%	,0%	,0%	,0%	2,0%	1,3%
		% del total	,6%	,0%	,0%	,0%	,6%	1,3%
	Empleado	Recuento	50	9	15	4	27	105
		% dentro de Situación laboral	47,6%	8,6%	14,3%	3,8%	25,7%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	72,5%	75,0%	75,0%	57,1%	52,9%	66,0%
		% del total	31,4%	5,7%	9,4%	2,5%	17,0%	66,0%
	Desempleado	Recuento	18	3	5	3	23	52
		% dentro de Situación laboral	34,6%	5,8%	9,6%	5,8%	44,2%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	26,1%	25,0%	25,0%	42,9%	45,1%	32,7%
		% del total	11,3%	1,9%	3,1%	1,9%	14,5%	32,7%
	Total	Recuento	69	12	20	7	51	159
		% dentro de Situación laboral	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%
Hombre	Situación laboral	Recuento	0	1	0	0	0	1
		% dentro de Situación laboral	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	,0%	2,1%	,0%	,0%	,0%	,4%
		% del total	,0%	,4%	,0%	,0%	,0%	,4%
	Empleado	Recuento	49	37	7	12	69	174
		% dentro de Situación laboral	28,2%	21,3%	4,0%	6,9%	39,7%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	73,1%	77,1%	77,8%	80,0%	82,1%	78,0%
		% del total	22,0%	16,6%	3,1%	5,4%	30,9%	78,0%
	Desempleado	Recuento	18	10	2	3	15	48
		% dentro de Situación laboral	37,5%	20,8%	4,2%	6,3%	31,3%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	26,9%	20,8%	22,2%	20,0%	17,9%	21,5%
		% del total	8,1%	4,5%	,9%	1,3%	6,7%	21,5%
	Total	Recuento	67	48	9	15	84	223
		% dentro de Situación laboral	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%
Total	Situación laboral	Recuento	1	1	0	0	1	3
		% dentro de Situación laboral	33,3%	33,3%	,0%	,0%	33,3%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	,7%	1,7%	,0%	,0%	,7%	,8%
		% del total	,3%	,3%	,0%	,0%	,3%	,8%
	Empleado	Recuento	99	46	22	16	96	279
		% dentro de Situación laboral	35,5%	16,5%	7,9%	5,7%	34,4%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	72,8%	76,7%	75,9%	72,7%	71,1%	73,0%
		% del total	25,9%	12,0%	5,8%	4,2%	25,1%	73,0%
	Desempleado	Recuento	36	13	7	6	38	100
		% dentro de Situación laboral	36,0%	13,0%	7,0%	6,0%	38,0%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	26,5%	21,7%	24,1%	27,3%	28,1%	26,2%
		% del total	9,4%	3,4%	1,8%	1,6%	9,9%	26,2%
	Total	Recuento	136	60	29	22	135	382
		% dentro de Situación laboral	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%
		% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%

**Tabla 22 Quieres crear empresa * Master * Sexo**

Sexo				Master											Total
				DRHO	EMBA	GESCO	MBA	MBA ENTREPRENEURSHIP	MDF	MPC	MRI URJC	PSDC	PSDV	RRHH	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	7	19	29	3	1	1	4	4	4	0	1	73
			% dentro de Quieres crear empresa	9,6%	26,0%	39,7%	4,1%	1,4%	1,4%	5,5%	5,5%	5,5%	,0%	1,4%	100,0%
			% dentro de Master	26,9%	65,5%	50,0%	37,5%	100,0%	20,0%	66,7%	25,0%	80,0%	,0%	50,0%	45,9%
			% del total	4,4%	11,9%	18,2%	1,9%	,6%	,6%	2,5%	2,5%	2,5%	,0%	,6%	45,9%
	No crear empresa	No crear empresa	Recuento	19	10	29	5	0	4	2	12	1	3	1	86
			% dentro de Quieres crear empresa	22,1%	11,6%	33,7%	5,8%	,0%	4,7%	2,3%	14,0%	1,2%	3,5%	1,2%	100,0%
			% dentro de Master	73,1%	34,5%	50,0%	62,5%	,0%	80,0%	33,3%	75,0%	20,0%	100,0%	50,0%	54,1%
			% del total	11,9%	6,3%	18,2%	3,1%	,0%	2,5%	1,3%	7,5%	,6%	1,9%	,6%	54,1%
	Total	Total	Recuento	26	29	58	8	1	5	6	16	5	3	2	159
			% dentro de Quieres crear empresa	16,4%	18,2%	36,5%	5,0%	,6%	3,1%	3,8%	10,1%	3,1%	1,9%	1,3%	100,0%
			% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	16,4%	18,2%	36,5%	5,0%	,6%	3,1%	3,8%	10,1%	3,1%	1,9%	1,3%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	8	44	29	8	9	3	1	4	1	10	4	121
			% dentro de Quieres crear empresa	6,6%	36,4%	24,0%	6,6%	7,4%	2,5%	,8%	3,3%	,8%	8,3%	3,3%	100,0%
			% dentro de Master	47,1%	60,3%	53,7%	88,9%	90,0%	13,0%	100,0%	30,8%	100,0%	58,8%	80,0%	54,3%
			% del total	3,6%	19,7%	13,0%	3,6%	4,0%	1,3%	,4%	1,8%	,4%	4,5%	1,8%	54,3%
	No crear empresa	No crear empresa	Recuento	9	29	25	1	1	20	0	9	0	7	1	102
			% dentro de Quieres crear empresa	8,8%	28,4%	24,5%	1,0%	1,0%	19,6%	,0%	8,8%	,0%	6,9%	1,0%	100,0%
			% dentro de Master	52,9%	39,7%	46,3%	11,1%	10,0%	87,0%	,0%	69,2%	,0%	41,2%	20,0%	45,7%
			% del total	4,0%	13,0%	11,2%	,4%	,4%	9,0%	,0%	4,0%	,0%	3,1%	,4%	45,7%
	Total	Total	Recuento	17	73	54	9	10	23	1	13	1	17	5	223
			% dentro de Quieres crear empresa	7,6%	32,7%	24,2%	4,0%	4,5%	10,3%	,4%	5,8%	,4%	7,6%	2,2%	100,0%
			% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	7,6%	32,7%	24,2%	4,0%	4,5%	10,3%	,4%	5,8%	,4%	7,6%	2,2%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	15	63	58	11	10	4	5	8	5	10	5	194
			% dentro de Quieres crear empresa	7,7%	32,5%	29,9%	5,7%	5,2%	2,1%	2,6%	4,1%	2,6%	5,2%	2,6%	100,0%
			% dentro de Master	34,9%	61,8%	51,8%	64,7%	90,9%	14,3%	71,4%	27,6%	83,3%	50,0%	71,4%	50,8%
			% del total	3,9%	16,5%	15,2%	2,9%	2,6%	1,0%	1,3%	2,1%	1,3%	2,6%	1,3%	50,8%
	No crear empresa	No crear empresa	Recuento	28	39	54	6	1	24	2	21	1	10	2	188
			% dentro de Quieres crear empresa	14,9%	20,7%	28,7%	3,2%	,5%	12,8%	1,1%	11,2%	,5%	5,3%	1,1%	100,0%
			% dentro de Master	65,1%	38,2%	48,2%	35,3%	9,1%	85,7%	28,6%	72,4%	16,7%	50,0%	28,6%	49,2%
			% del total	7,3%	10,2%	14,1%	1,6%	,3%	6,3%	,5%	5,5%	,3%	2,6%	,5%	49,2%
	Total	Total	Recuento	43	102	112	17	11	28	7	29	6	20	7	382
			% dentro de Quieres crear empresa	11,3%	26,7%	29,3%	4,5%	2,9%	7,3%	1,8%	7,6%	1,6%	5,2%	1,8%	100,0%
			% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	11,3%	26,7%	29,3%	4,5%	2,9%	7,3%	1,8%	7,6%	1,6%	5,2%	1,8%	100,0%



Tabla 23 Situación laboral * Master * Sexo

Sexo			Master											Total
			DRHO	EMBA	GESCO	MBA	MBA ENTREPRENEURSHIP	MDF	MPC	MRI URJC	PSDC	PSDV	RRHH	
Mujer	Situación laboral	Recuento	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2
		% dentro de Situación laboral	,0%	,0%	,0%	50,0%	,0%	,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% dentro de Master	,0%	,0%	,0%	12,5%	,0%	,0%	16,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,3%
		% del total	,0%	,0%	,0%	,6%	,0%	,0%	,6%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,3%
	Empleado	Recuento	19	26	36	2	1	3	3	5	5	3	2	105
		% dentro de Situación laboral	18,1%	24,8%	34,3%	1,9%	1,0%	2,9%	2,9%	4,8%	4,8%	2,9%	1,9%	100,0%
		% dentro de Master	73,1%	89,7%	62,1%	25,0%	100,0%	60,0%	50,0%	31,3%	100,0%	100,0%	100,0%	66,0%
		% del total	11,9%	16,4%	22,6%	1,3%	,6%	1,9%	1,9%	3,1%	3,1%	1,9%	1,3%	66,0%
	Desempleado	Recuento	7	3	22	5	0	2	2	11	0	0	0	52
		% dentro de Situación laboral	13,5%	5,8%	42,3%	9,6%	,0%	3,8%	3,8%	21,2%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% dentro de Master	26,9%	10,3%	37,9%	62,5%	,0%	40,0%	33,3%	68,8%	,0%	,0%	,0%	32,7%
		% del total	4,4%	1,9%	13,8%	3,1%	,0%	1,3%	1,3%	6,9%	,0%	,0%	,0%	32,7%
	Total	Recuento	26	29	58	8	1	5	6	16	5	3	2	159
		% dentro de Situación laboral	16,4%	18,2%	36,5%	5,0%	,6%	3,1%	3,8%	10,1%	3,1%	1,9%	1,3%	100,0%
		% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	16,4%	18,2%	36,5%	5,0%	,6%	3,1%	3,8%	10,1%	3,1%	1,9%	1,3%	100,0%
Hombre	Situación laboral	Recuento	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
		% dentro de Situación laboral	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% dentro de Master	,0%	,0%	,0%	,0%	10,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,4%
		% del total	,0%	,0%	,0%	,0%	,4%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,4%
	Empleado	Recuento	12	66	41	5	4	19	1	4	1	17	4	174
		% dentro de Situación laboral	6,9%	37,9%	23,6%	2,9%	2,3%	10,9%	,6%	2,3%	,6%	9,8%	2,3%	100,0%
		% dentro de Master	70,6%	90,4%	75,9%	55,6%	40,0%	82,6%	100,0%	30,8%	100,0%	100,0%	80,0%	78,0%
		% del total	5,4%	29,6%	18,4%	2,2%	1,8%	8,5%	,4%	1,8%	,4%	7,6%	1,8%	78,0%
	Desempleado	Recuento	5	7	13	4	5	4	0	9	0	0	1	48
		% dentro de Situación laboral	10,4%	14,6%	27,1%	8,3%	10,4%	8,3%	,0%	18,8%	,0%	,0%	2,1%	100,0%
		% dentro de Master	29,4%	9,6%	24,1%	44,4%	50,0%	17,4%	,0%	69,2%	,0%	,0%	20,0%	21,5%
		% del total	2,2%	3,1%	5,8%	1,8%	2,2%	1,8%	,0%	4,0%	,0%	,0%	,4%	21,5%
	Total	Recuento	17	73	54	9	10	23	1	13	1	17	5	223
		% dentro de Situación laboral	7,6%	32,7%	24,2%	4,0%	4,5%	10,3%	,4%	5,8%	,4%	7,6%	2,2%	100,0%
		% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	7,6%	32,7%	24,2%	4,0%	4,5%	10,3%	,4%	5,8%	,4%	7,6%	2,2%	100,0%
Total	Situación laboral	Recuento	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	3
		% dentro de Situación laboral	,0%	,0%	,0%	33,3%	33,3%	,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% dentro de Master	,0%	,0%	,0%	5,9%	9,1%	,0%	14,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%
		% del total	,0%	,0%	,0%	,3%	,3%	,0%	,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%
	Empleado	Recuento	31	92	77	7	5	22	4	9	6	20	6	279
		% dentro de Situación laboral	11,1%	33,0%	27,6%	2,5%	1,8%	7,9%	1,4%	3,2%	2,2%	7,2%	2,2%	100,0%
		% dentro de Master	72,1%	90,2%	68,8%	41,2%	45,5%	78,6%	57,1%	31,0%	100,0%	100,0%	85,7%	73,0%
		% del total	8,1%	24,1%	20,2%	1,8%	1,3%	5,8%	1,0%	2,4%	1,6%	5,2%	1,6%	73,0%
	Desempleado	Recuento	12	10	35	9	5	6	2	20	0	0	1	100
		% dentro de Situación laboral	12,0%	10,0%	35,0%	9,0%	5,0%	6,0%	2,0%	20,0%	,0%	,0%	1,0%	100,0%
		% dentro de Master	27,9%	9,8%	31,3%	52,9%	45,5%	21,4%	28,6%	69,0%	,0%	,0%	14,3%	26,2%
		% del total	3,1%	2,6%	9,2%	2,4%	1,3%	1,6%	,5%	5,2%	,0%	,0%	,3%	26,2%
	Total	Recuento	43	102	112	17	11	28	7	29	6	20	7	382
		% dentro de Situación laboral	11,3%	26,7%	29,3%	4,5%	2,9%	7,3%	1,8%	7,6%	1,6%	5,2%	1,8%	100,0%
		% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	11,3%	26,7%	29,3%	4,5%	2,9%	7,3%	1,8%	7,6%	1,6%	5,2%	1,8%	100,0%



Tabla 24 Quieres crear empresa * Aficiones * Sexo

Sexo				Aficiones								Total
				.	Deportes	Viajar	Lectura	Música	Cine/Teatro	Familia	Ocio: Descansar/Bailar/Amigos	
Mujer	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	2	30	6	16	3	7	3	6	73
			% dentro de Quieres crear empresa	2,7%	41,1%	8,2%	21,9%	4,1%	9,6%	4,1%	8,2%	100,0%
			% dentro de Aficiones	28,6%	58,8%	60,0%	47,1%	75,0%	36,8%	60,0%	20,7%	45,9%
			% del total	1,3%	18,9%	3,8%	10,1%	1,9%	4,4%	1,9%	3,8%	45,9%
	No crear empresa		Recuento	5	21	4	18	1	12	2	23	86
			% dentro de Quieres crear empresa	5,8%	24,4%	4,7%	20,9%	1,2%	14,0%	2,3%	26,7%	100,0%
			% dentro de Aficiones	71,4%	41,2%	40,0%	52,9%	25,0%	63,2%	40,0%	79,3%	54,1%
			% del total	3,1%	13,2%	2,5%	11,3%	,6%	7,5%	1,3%	14,5%	54,1%
	Total		Recuento	7	51	10	34	4	19	5	29	159
			% dentro de Quieres crear empresa	4,4%	32,1%	6,3%	21,4%	2,5%	11,9%	3,1%	18,2%	100,0%
			% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	4,4%	32,1%	6,3%	21,4%	2,5%	11,9%	3,1%	18,2%	100,0%
Hombre	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	3	55	8	22	6	4	8	15	121
			% dentro de Quieres crear empresa	2,5%	45,5%	6,6%	18,2%	5,0%	3,3%	6,6%	12,4%	100,0%
			% dentro de Aficiones	27,3%	52,9%	53,3%	56,4%	60,0%	50,0%	61,5%	65,2%	54,3%
			% del total	1,3%	24,7%	3,6%	9,9%	2,7%	1,8%	3,6%	6,7%	54,3%
	No crear empresa		Recuento	8	49	7	17	4	4	5	8	102
			% dentro de Quieres crear empresa	7,8%	48,0%	6,9%	16,7%	3,9%	3,9%	4,9%	7,8%	100,0%
			% dentro de Aficiones	72,7%	47,1%	46,7%	43,6%	40,0%	50,0%	38,5%	34,8%	45,7%
			% del total	3,6%	22,0%	3,1%	7,6%	1,8%	1,8%	2,2%	3,6%	45,7%
	Total		Recuento	11	104	15	39	10	8	13	23	223
			% dentro de Quieres crear empresa	4,9%	46,6%	6,7%	17,5%	4,5%	3,6%	5,8%	10,3%	100,0%
			% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	4,9%	46,6%	6,7%	17,5%	4,5%	3,6%	5,8%	10,3%	100,0%
Total	Quieres crear empresa	SI crear empresa	Recuento	5	85	14	38	9	11	11	21	194
			% dentro de Quieres crear empresa	2,6%	43,8%	7,2%	19,6%	4,6%	5,7%	5,7%	10,8%	100,0%
			% dentro de Aficiones	27,8%	54,8%	56,0%	52,1%	64,3%	40,7%	61,1%	40,4%	50,8%
			% del total	1,3%	22,3%	3,7%	9,9%	2,4%	2,9%	2,9%	5,5%	50,8%
	No crear empresa		Recuento	13	70	11	35	5	16	7	31	188
			% dentro de Quieres crear empresa	6,9%	37,2%	5,9%	18,6%	2,7%	8,5%	3,7%	16,5%	100,0%
			% dentro de Aficiones	72,2%	45,2%	44,0%	47,9%	35,7%	59,3%	38,9%	59,6%	49,2%
			% del total	3,4%	18,3%	2,9%	9,2%	1,3%	4,2%	1,8%	8,1%	49,2%
	Total		Recuento	18	155	25	73	14	27	18	52	382
			% dentro de Quieres crear empresa	4,7%	40,6%	6,5%	19,1%	3,7%	7,1%	4,7%	13,6%	100,0%
			% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	4,7%	40,6%	6,5%	19,1%	3,7%	7,1%	4,7%	13,6%	100,0%



Tabla 25 Situación laboral * Aficiones * Sexo

Sexo			Aficiones								Total
				Deportes	Viajar	Lectura	Música	Cine/Teatro	Familia	Ocio: Descansar/Bailar/Amigos	
Mujer	Situación laboral	Recuento	0	0	0	1	0	0	0	1	2
		% dentro de Situación laboral	,0%	,0%	,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	100,0%
		% dentro de Aficiones	,0%	,0%	,0%	2,9%	,0%	,0%	,0%	3,4%	1,3%
		% del total	,0%	,0%	,0%	,6%	,0%	,0%	,0%	,6%	1,3%
	Empleado	Recuento	5	38	5	21	3	10	4	19	105
		% dentro de Situación laboral	4,8%	36,2%	4,8%	20,0%	2,9%	9,5%	3,8%	18,1%	100,0%
		% dentro de Aficiones	71,4%	74,5%	50,0%	61,8%	75,0%	52,6%	80,0%	65,5%	66,0%
		% del total	3,1%	23,9%	3,1%	13,2%	1,9%	6,3%	2,5%	11,9%	66,0%
	Desempleado	Recuento	2	13	5	12	1	9	1	9	52
		% dentro de Situación laboral	3,8%	25,0%	9,6%	23,1%	1,9%	17,3%	1,9%	17,3%	100,0%
		% dentro de Aficiones	28,6%	25,5%	50,0%	35,3%	25,0%	47,4%	20,0%	31,0%	32,7%
		% del total	1,3%	8,2%	3,1%	7,5%	,6%	5,7%	,6%	5,7%	32,7%
	Total	Recuento	7	51	10	34	4	19	5	29	159
		% dentro de Situación laboral	4,4%	32,1%	6,3%	21,4%	2,5%	11,9%	3,1%	18,2%	100,0%
		% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	4,4%	32,1%	6,3%	21,4%	2,5%	11,9%	3,1%	18,2%	100,0%
Hombre	Situación laboral	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	1
		% dentro de Situación laboral	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% dentro de Aficiones	,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,4%
		% del total	,0%	,4%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,4%
	Empleado	Recuento	9	82	14	26	9	6	12	16	174
		% dentro de Situación laboral	5,2%	47,1%	8,0%	14,9%	5,2%	3,4%	6,9%	9,2%	100,0%
		% dentro de Aficiones	81,8%	78,8%	93,3%	66,7%	90,0%	75,0%	92,3%	69,6%	78,0%
		% del total	4,0%	36,8%	6,3%	11,7%	4,0%	2,7%	5,4%	7,2%	78,0%
	Desempleado	Recuento	2	21	1	13	1	2	1	7	48
		% dentro de Situación laboral	4,2%	43,8%	2,1%	27,1%	2,1%	4,2%	2,1%	14,6%	100,0%
		% dentro de Aficiones	18,2%	20,2%	6,7%	33,3%	10,0%	25,0%	7,7%	30,4%	21,5%
		% del total	,9%	9,4%	,4%	5,8%	,4%	,9%	,4%	3,1%	21,5%
	Total	Recuento	11	104	15	39	10	8	13	23	223
		% dentro de Situación laboral	4,9%	46,6%	6,7%	17,5%	4,5%	3,6%	5,8%	10,3%	100,0%
		% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	4,9%	46,6%	6,7%	17,5%	4,5%	3,6%	5,8%	10,3%	100,0%
Total	Situación laboral	Recuento	0	1	0	1	0	0	0	1	3
		% dentro de Situación laboral	,0%	33,3%	,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	33,3%	100,0%
		% dentro de Aficiones	,0%	,6%	,0%	1,4%	,0%	,0%	,0%	1,9%	,8%
		% del total	,0%	,3%	,0%	,3%	,0%	,0%	,0%	,3%	,8%
	Empleado	Recuento	14	120	19	47	12	16	16	35	279
		% dentro de Situación laboral	5,0%	43,0%	6,8%	16,8%	4,3%	5,7%	5,7%	12,5%	100,0%
		% dentro de Aficiones	77,8%	77,4%	76,0%	64,4%	85,7%	59,3%	88,9%	67,3%	73,0%
		% del total	3,7%	31,4%	5,0%	12,3%	3,1%	4,2%	4,2%	9,2%	73,0%
	Desempleado	Recuento	4	34	6	25	2	11	2	16	100
		% dentro de Situación laboral	4,0%	34,0%	6,0%	25,0%	2,0%	11,0%	2,0%	16,0%	100,0%
		% dentro de Aficiones	22,2%	21,9%	24,0%	34,2%	14,3%	40,7%	11,1%	30,8%	26,2%
		% del total	1,0%	8,9%	1,6%	6,5%	,5%	2,9%	,5%	4,2%	26,2%
	Total	Recuento	18	155	25	73	14	27	18	52	382
		% dentro de Situación laboral	4,7%	40,6%	6,5%	19,1%	3,7%	7,1%	4,7%	13,6%	100,0%
		% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	4,7%	40,6%	6,5%	19,1%	3,7%	7,1%	4,7%	13,6%	100,0%



Tabla 26 Sexo * CC.AA. Residencia * Situación laboral * Quieres crear empresa

Quieres crear empresa Situación laboral					CC.AA. Residencia										Total				
						ANDALUCÍA	ARAGÓN	CANTABRIA	CASTILLA LA MANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	ESPAÑA	ISLAS BALEARES		MADRID	PAIS VASCO		
SI crear empresa	Sexo Hombre	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total										1		1		
																	100,0%		100,0%
																	100,0%		100,0%
																	100,0%		100,0%
	Total	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total										1		1		
																	100,0%		100,0%
																	100,0%		100,0%
																	100,0%		100,0%
	Empleado	Sexo Mujer	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total		13	7				17	0			5	5	47
								27,7%	14,9%				36,2%	,0%			10,6%	10,6%	100,0%
								29,5%	38,9%				40,5%	,0%			26,3%	38,5%	34,3%
								9,5%	5,1%				12,4%	,0%			3,6%	3,6%	34,3%
		Hombre	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total		31	11				25	1			14	8	90
								34,4%	12,2%				27,8%	1,1%			15,6%	8,9%	100,0%
								70,5%	61,1%				59,5%	100,0%			73,7%	61,5%	65,7%
								22,6%	8,0%				18,2%	,7%			10,2%	5,8%	65,7%
		Total	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total		44	18				42	1			19	13	137
								32,1%	13,1%				30,7%	,7%			13,9%	9,5%	100,0%
								100,0%	100,0%				100,0%	100,0%			100,0%	100,0%	100,0%
								32,1%	13,1%				30,7%	,7%			13,9%	9,5%	100,0%
Desempleado	Sexo Mujer	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total		5	4	0		1	4				12		26	
							19,2%	15,4%	,0%		3,8%	15,4%				46,2%		100,0%	
							38,5%	57,1%	,0%		100,0%	66,7%				42,9%		46,4%	
							8,9%	7,1%	,0%		1,8%	7,1%				21,4%		46,4%	
	Hombre	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total		8	3	1		0	2				16		30	
							26,7%	10,0%	3,3%		,0%	6,7%				53,3%		100,0%	
							61,5%	42,9%	100,0%		,0%	33,3%				57,1%		53,6%	
							14,3%	5,4%	1,8%		,0%	3,6%				28,6%		53,6%	
Total	Recuento	% dentro de Sexo	% dentro de CC.AA. Residencia	% del total		13	7	1		1	6				28		56		
						23,2%	12,5%	1,8%		1,8%	10,7%				50,0%		100,0%		
						100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%				100,0%		100,0%		



Anexos

					% del total		23,2%	12,5%	1,8%		1,8%	10,7%			50,0%		100,0%
	Total	Sexo	Mujer	Recuento		18	11	0		1	21	0			17	5	73
				% dentro de Sexo		24,7%	15,1%	,0%		1,4%	28,8%	,0%		23,3%	6,8%	100,0%	
				% dentro de CC.AA.		31,6%	44,0%	,0%		100,0%	43,8%	,0%		35,4%	38,5%	37,6%	
				Residencia													
	% del total		9,3%	5,7%	,0%		,5%	10,8%	,0%			8,8%	2,6%	37,6%			
		Hombre		Recuento		39	14	1		0	27	1			31	8	121
				% dentro de Sexo		32,2%	11,6%	,8%		,0%	22,3%	,8%		25,6%	6,6%	100,0%	
				% dentro de CC.AA.		68,4%	56,0%	100,0%		,0%	56,3%	100,0%		64,6%	61,5%	62,4%	
				Residencia													
	% del total		20,1%	7,2%	,5%		,0%	13,9%	,5%			16,0%	4,1%	62,4%			
	Total			Recuento		57	25	1		1	48	1			48	13	194
				% dentro de Sexo		29,4%	12,9%	,5%		,5%	24,7%	,5%		24,7%	6,7%	100,0%	
				% dentro de CC.AA.		100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	
				Residencia													
% del total		29,4%	12,9%	,5%		,5%	24,7%	,5%			24,7%	6,7%	100,0%				
No crear empresa		Sexo	Mujer	Recuento						1				1		2	
				% dentro de Sexo						50,0%			50,0%		100,0%		
				% dentro de CC.AA.						100,0%			100,0%		100,0%		
				Residencia													
	% del total						50,0%			50,0%		100,0%					
	Total			Recuento						1				1		2	
				% dentro de Sexo						50,0%			50,0%		100,0%		
				% dentro de CC.AA.						100,0%			100,0%		100,0%		
				Residencia													
	% del total						50,0%			50,0%		100,0%					
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	1	13	10		0	1	13			1	17	2	58
				% dentro de Sexo	1,7%	22,4%	17,2%		,0%	1,7%	22,4%		1,7%	29,3%	3,4%	100,0%	
				% dentro de CC.AA.	33,3%	43,3%	43,5%		,0%	100,0%	39,4%		50,0%	65,4%	9,5%	40,8%	
				Residencia													
	% del total	,7%	9,2%	7,0%		,0%	,7%	9,2%		,7%	12,0%	1,4%	40,8%				
	Hombre		Recuento	2	17	13		3	0	20			1	9	19	84	
			% dentro de Sexo	2,4%	20,2%	15,5%		3,6%	,0%	23,8%		1,2%	10,7%	22,6%	100,0%		
			% dentro de CC.AA.	66,7%	56,7%	56,5%		100,0%	,0%	60,6%		50,0%	34,6%	90,5%	59,2%		
			Residencia														
% del total	1,4%	12,0%	9,2%		2,1%	,0%	14,1%		,7%	6,3%	13,4%	59,2%					
Total			Recuento	3	30	23		3	1	33			2	26	21	142	
			% dentro de Sexo	2,1%	21,1%	16,2%		2,1%	,7%	23,2%		1,4%	18,3%	14,8%	100,0%		
			% dentro de CC.AA.	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%			
			Residencia														
% del total	2,1%	21,1%	16,2%		2,1%	,7%	23,2%		1,4%	18,3%	14,8%	100,0%					
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	3	2	3				3	0	1		11	3	26	
			% dentro de Sexo	11,5%	7,7%	11,5%			11,5%	,0%	3,8%	42,3%	11,5%	100,0%			
			% dentro de CC.AA.	100,0%	40,0%	60,0%			100,0%	,0%	100,0%	57,9%	42,9%	59,1%			
			Residencia														



Anexos

			% del total	6,8%	4,5%	6,8%				6,8%	,0%	2,3%		25,0%	6,8%	59,1%
Hombre			Recuento	0	3	2				0	1	0		8	4	18
			% dentro de Sexo	,0%	16,7%	11,1%				,0%	5,6%	,0%		44,4%	22,2%	100,0%
			% dentro de CC.AA.	,0%	60,0%	40,0%				,0%	100,0%	,0%		42,1%	57,1%	40,9%
			Residencia													
			% del total	,0%	6,8%	4,5%				,0%	2,3%	,0%		18,2%	9,1%	40,9%
Total			Recuento	3	5	5				3	1	1		19	7	44
			% dentro de Sexo	6,8%	11,4%	11,4%				6,8%	2,3%	2,3%		43,2%	15,9%	100,0%
			% dentro de CC.AA.	100,0%	100,0%	100,0%				100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%
			Residencia													
			% del total	6,8%	11,4%	11,4%				6,8%	2,3%	2,3%		43,2%	15,9%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	4	15	13		0	1	17	0	1	1	29	5	86
			% dentro de Sexo	4,7%	17,4%	15,1%		,0%	1,2%	19,8%	,0%	1,2%	1,2%	33,7%	5,8%	100,0%
			% dentro de CC.AA.	66,7%	42,9%	46,4%		,0%	100,0%	45,9%	,0%	100,0%	50,0%	63,0%	17,9%	45,7%
			Residencia													
			% del total	2,1%	8,0%	6,9%		,0%	,5%	9,0%	,0%	,5%	,5%	15,4%	2,7%	45,7%
	Hombre		Recuento	2	20	15		3	0	20	1	0	1	17	23	102
			% dentro de Sexo	2,0%	19,6%	14,7%		2,9%	,0%	19,6%	1,0%	,0%	1,0%	16,7%	22,5%	100,0%
			% dentro de CC.AA.	33,3%	57,1%	53,6%		100,0%	,0%	54,1%	100,0%	,0%	50,0%	37,0%	82,1%	54,3%
			Residencia													
			% del total	1,1%	10,6%	8,0%		1,6%	,0%	10,6%	,5%	,0%	,5%	9,0%	12,2%	54,3%
	Total		Recuento	6	35	28		3	1	37	1	1	2	46	28	188
			% dentro de Sexo	3,2%	18,6%	14,9%		1,6%	,5%	19,7%	,5%	,5%	1,1%	24,5%	14,9%	100,0%
			% dentro de CC.AA.	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			Residencia													
			% del total	3,2%	18,6%	14,9%		1,6%	,5%	19,7%	,5%	,5%	1,1%	24,5%	14,9%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento							1				1		2
			% dentro de Sexo							50,0%				50,0%		100,0%
			% dentro de CC.AA.							100,0%				50,0%		66,7%
			Residencia													
			% del total							33,3%				33,3%		66,7%
	Hombre		Recuento							0				1		1
			% dentro de Sexo							,0%				100,0%		100,0%
			% dentro de CC.AA.							,0%				50,0%		33,3%
			Residencia													
			% del total							,0%				33,3%		33,3%
	Total		Recuento							1				2		3
			% dentro de Sexo							33,3%				66,7%		100,0%
			% dentro de CC.AA.							100,0%				100,0%		100,0%
			Residencia													
			% del total							33,3%				66,7%		100,0%
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	1	26	17		0	1	30	0		1	22	7	105
			% dentro de Sexo	1,0%	24,8%	16,2%		,0%	1,0%	28,6%	,0%		1,0%	21,0%	6,7%	100,0%
			% dentro de CC.AA.	33,3%	35,1%	41,5%		,0%	100,0%	40,0%	,0%		50,0%	48,9%	20,6%	37,6%
			Residencia													

332

**Tabla 27 Sexo * Rango edades * Situación laboral * Quieres crear empresa**

Quieres crear empresa Situación laboral				Rango edades			Total
				Menos de 25 años	Entre 25 y 35 años	Más de 35 años	
Si crear empresa	Sexo Hombre	Recuento			1		1
			% dentro de Sexo		100,0%		100,0%
			% dentro de Rango edades		100,0%		100,0%
			% del total		100,0%		100,0%
	Total	Recuento			1		1
			% dentro de Sexo		100,0%		100,0%
			% dentro de Rango edades		100,0%		100,0%
			% del total		100,0%		100,0%
	Empleado	Sexo Mujer	Recuento	8	25	13	46
			% dentro de Sexo	17,4%	54,3%	28,3%	100,0%
			% dentro de Rango edades	42,1%	37,3%	31,7%	36,2%
			% del total	6,3%	19,7%	10,2%	36,2%
		Hombre	Recuento	11	42	28	81
			% dentro de Sexo	13,6%	51,9%	34,6%	100,0%
			% dentro de Rango edades	57,9%	62,7%	68,3%	63,8%
			% del total	8,7%	33,1%	22,0%	63,8%
		Total	Recuento	19	67	41	127
			% dentro de Sexo	15,0%	52,8%	32,3%	100,0%
			% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	15,0%	52,8%	32,3%	100,0%
	Desempleado	Sexo Mujer	Recuento	14	9	3	26
			% dentro de Sexo	53,8%	34,6%	11,5%	100,0%
			% dentro de Rango edades	66,7%	39,1%	27,3%	47,3%
			% del total	25,5%	16,4%	5,5%	47,3%
		Hombre	Recuento	7	14	8	29
			% dentro de Sexo	24,1%	48,3%	27,6%	100,0%
			% dentro de Rango edades	33,3%	60,9%	72,7%	52,7%
			% del total	12,7%	25,5%	14,5%	52,7%
		Total	Recuento	21	23	11	55
			% dentro de Sexo	38,2%	41,8%	20,0%	100,0%
			% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	38,2%	41,8%	20,0%	100,0%
Total	Sexo Mujer	Recuento		22	34	16	72
			% dentro de Sexo	30,6%	47,2%	22,2%	100,0%
			% dentro de Rango edades	55,0%	37,4%	30,8%	39,3%
			% del total	12,0%	18,6%	8,7%	39,3%
	Hombre	Recuento		18	57	36	111
			% dentro de Sexo	16,2%	51,4%	32,4%	100,0%
			% dentro de Rango edades	45,0%	62,6%	69,2%	60,7%
			% del total	9,8%	31,1%	19,7%	60,7%
	Total	Recuento		40	91	52	183
			% dentro de Sexo	21,9%	49,7%	28,4%	100,0%
			% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	21,9%	49,7%	28,4%	100,0%
No crear empresa	Sexo Mujer	Recuento			2		2
			% dentro de Sexo		100,0%		100,0%
			% dentro de Rango edades		100,0%		100,0%
			% del total		100,0%		100,0%
	Total	Recuento			2		2
			% dentro de Sexo		100,0%		100,0%
			% dentro de Rango edades		100,0%		100,0%
			% del total		100,0%		100,0%
	Empleado	Sexo Mujer	Recuento	14	28	13	55
			% dentro de Sexo	25,5%	50,9%	23,6%	100,0%
			% dentro de Rango edades	66,7%	40,0%	35,1%	43,0%
			% del total	10,9%	21,9%	10,2%	43,0%
	Hombre	Recuento		7	42	24	73
			% dentro de Sexo	9,6%	57,5%	32,9%	100,0%
			% dentro de Rango edades	33,3%	60,0%	64,9%	57,0%



Anexos

				% del total	5,5%	32,8%	18,8%	57,0%
Total				Recuento	21	70	37	128
				% dentro de Sexo	16,4%	54,7%	28,9%	100,0%
				% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	16,4%	54,7%	28,9%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento		16	9	0	25
			% dentro de Sexo		64,0%	36,0%	,0%	100,0%
			% dentro de Rango edades		72,7%	56,3%	,0%	62,5%
			% del total		40,0%	22,5%	,0%	62,5%
	Hombre	Recuento		6	7	2	15	
		% dentro de Sexo		40,0%	46,7%	13,3%	100,0%	
		% dentro de Rango edades		27,3%	43,8%	100,0%	37,5%	
		% del total		15,0%	17,5%	5,0%	37,5%	
	Total			Recuento	22	16	2	40
				% dentro de Sexo	55,0%	40,0%	5,0%	100,0%
				% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	55,0%	40,0%	5,0%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento		30	39	13	82
			% dentro de Sexo		36,6%	47,6%	15,9%	100,0%
			% dentro de Rango edades		69,8%	44,3%	33,3%	48,2%
			% del total		17,6%	22,9%	7,6%	48,2%
	Hombre	Recuento		13	49	26	88	
		% dentro de Sexo		14,8%	55,7%	29,5%	100,0%	
		% dentro de Rango edades		30,2%	55,7%	66,7%	51,8%	
		% del total		7,6%	28,8%	15,3%	51,8%	
	Total			Recuento	43	88	39	170
				% dentro de Sexo	25,3%	51,8%	22,9%	100,0%
				% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	25,3%	51,8%	22,9%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento			2		2
			% dentro de Sexo			100,0%		100,0%
			% dentro de Rango edades			66,7%		66,7%
			% del total			66,7%		66,7%
	Hombre	Recuento			1		1	
		% dentro de Sexo			100,0%		100,0%	
		% dentro de Rango edades			33,3%		33,3%	
		% del total			33,3%		33,3%	
	Total			Recuento		3		3
				% dentro de Sexo		100,0%		100,0%
				% dentro de Rango edades		100,0%		100,0%
				% del total		100,0%		100,0%
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento		22	53	26	101
			% dentro de Sexo		21,8%	52,5%	25,7%	100,0%
			% dentro de Rango edades		55,0%	38,7%	33,3%	39,6%
			% del total		8,6%	20,8%	10,2%	39,6%
	Hombre	Recuento		18	84	52	154	
		% dentro de Sexo		11,7%	54,5%	33,8%	100,0%	
		% dentro de Rango edades		45,0%	61,3%	66,7%	60,4%	
		% del total		7,1%	32,9%	20,4%	60,4%	
	Total			Recuento	40	137	78	255
				% dentro de Sexo	15,7%	53,7%	30,6%	100,0%
				% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	15,7%	53,7%	30,6%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento		30	18	3	51
			% dentro de Sexo		58,8%	35,3%	5,9%	100,0%
			% dentro de Rango edades		69,8%	46,2%	23,1%	53,7%
			% del total		31,6%	18,9%	3,2%	53,7%
	Hombre	Recuento		13	21	10	44	
		% dentro de Sexo		29,5%	47,7%	22,7%	100,0%	
		% dentro de Rango edades		30,2%	53,8%	76,9%	46,3%	
		% del total		13,7%	22,1%	10,5%	46,3%	
	Total			Recuento	43	39	13	95
				% dentro de Sexo	45,3%	41,1%	13,7%	100,0%
				% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	45,3%	41,1%	13,7%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento		52	73	29	154
			% dentro de Sexo		33,8%	47,4%	18,8%	100,0%
			% dentro de Rango edades		62,7%	40,8%	31,9%	43,6%



Anexos

	% del total	14,7%	20,7%	8,2%	43,6%
Hombre	Recuento	31	106	62	199
	% dentro de Sexo	15,6%	53,3%	31,2%	100,0%
	% dentro de Rango edades	37,3%	59,2%	68,1%	56,4%
	% del total	8,8%	30,0%	17,6%	56,4%
Total	Recuento	83	179	91	353
	% dentro de Sexo	23,5%	50,7%	25,8%	100,0%
	% dentro de Rango edades	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	23,5%	50,7%	25,8%	100,0%



Tabla 28 Sexo * Sector y TIC crear empresa propia * Situación laboral *
Quieres crear empresa

Quieres crear empresa				Sector y TIC crear empresa propia					Total
				Situación laboral	Sector Secundario TIC	Sector Secundario Otros	Sector Servicios	Construcción	
Si crear empresa	Sexo	Hombre	Recuento		1				1
			% dentro de Sexo		100,0%				100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia		100,0%				100,0%
			% del total		100,0%				100,0%
	Total		Recuento		1				1
			% dentro de Sexo		100,0%				100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia		100,0%				100,0%
			% del total		100,0%				100,0%
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	10	1	2	34	47
				% dentro de Sexo	21,3%	2,1%	4,3%	72,3%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	38,5%	10,0%	14,3%	39,1%	34,3%
				% del total	7,3%	,7%	1,5%	24,8%	34,3%
		Hombre		Recuento	16	9	12	53	90
				% dentro de Sexo	17,8%	10,0%	13,3%	58,9%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	61,5%	90,0%	85,7%	60,9%	65,7%
				% del total	11,7%	6,6%	8,8%	38,7%	65,7%
		Total		Recuento	26	10	14	87	137
				% dentro de Sexo	19,0%	7,3%	10,2%	63,5%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	19,0%	7,3%	10,2%	63,5%	100,0%
	Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	6	0	19	1	26
				% dentro de Sexo	23,1%	,0%	73,1%	3,8%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	60,0%	,0%	50,0%	50,0%	46,4%
				% del total	10,7%	,0%	33,9%	1,8%	46,4%
		Hombre		Recuento	4	6	19	1	30
				% dentro de Sexo	13,3%	20,0%	63,3%	3,3%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	40,0%	100,0%	50,0%	50,0%	53,6%
				% del total	7,1%	10,7%	33,9%	1,8%	53,6%
		Total		Recuento	10	6	38	2	56
				% dentro de Sexo	17,9%	10,7%	67,9%	3,6%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	17,9%	10,7%	67,9%	3,6%	100,0%
	Total	Sexo	Mujer	Recuento	16	1	53	1	73
				% dentro de Sexo	21,9%	1,4%	72,6%	1,4%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	44,4%	5,9%	42,4%	50,0%	37,6%
				% del total	8,2%	,5%	27,3%	,5%	37,6%
		Hombre		Recuento	20	16	12	72	121
				% dentro de Sexo	16,5%	13,2%	9,9%	59,5%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	55,6%	94,1%	85,7%	57,6%	62,4%
				% del total	10,3%	8,2%	6,2%	37,1%	62,4%
		Total		Recuento	36	17	14	125	194
				% dentro de Sexo	18,6%	8,8%	7,2%	64,4%	100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	18,6%	8,8%	7,2%	64,4%	100,0%
No crear empresa	Sexo	Mujer	Recuento	2					2
			% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%					100,0%
			% del total	100,0%					100,0%
Total			Recuento	2					2
			% dentro de Sexo	100,0%					100,0%



Anexos

				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%					100,0%
				% del total	100,0%					100,0%
Empleado	Sexo	Mujer		Recuento	58					58
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	40,8%					40,8%
				% del total	40,8%					40,8%
			Hombre	Recuento	84					84
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	59,2%					59,2%
				% del total	59,2%					59,2%
	Total			Recuento	142					142
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%					100,0%
				% del total	100,0%					100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer		Recuento	26					26
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	59,1%					59,1%
				% del total	59,1%					59,1%
			Hombre	Recuento	18					18
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	40,9%					40,9%
				% del total	40,9%					40,9%
	Total			Recuento	44					44
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%					100,0%
				% del total	100,0%					100,0%
Total	Sexo	Mujer		Recuento	86					86
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	45,7%					45,7%
				% del total	45,7%					45,7%
			Hombre	Recuento	102					102
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	54,3%					54,3%
				% del total	54,3%					54,3%
	Total			Recuento	188					188
				% dentro de Sexo	100,0%					100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%					100,0%
				% del total	100,0%					100,0%
Total	Sexo	Mujer		Recuento	2	0				2
				% dentro de Sexo	100,0%	,0%				100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	,0%				66,7%
				% del total	66,7%	,0%				66,7%
			Hombre	Recuento	0	1				1
				% dentro de Sexo	,0%	100,0%				100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	,0%	100,0%				33,3%
				% del total	,0%	33,3%				33,3%
	Total			Recuento	2	1				3
				% dentro de Sexo	66,7%	33,3%				100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%				100,0%
				% del total	66,7%	33,3%				100,0%
Empleado	Sexo	Mujer		Recuento	68	1	2	34		105
				% dentro de Sexo	64,8%	1,0%	1,9%	32,4%		100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	40,5%	10,0%	14,3%	39,1%		37,6%
				% del total	24,4%	,4%	,7%	12,2%		37,6%
			Hombre	Recuento	100	9	12	53		174
				% dentro de Sexo	57,5%	5,2%	6,9%	30,5%		100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	59,5%	90,0%	85,7%	60,9%		62,4%
				% del total	35,8%	3,2%	4,3%	19,0%		62,4%
	Total			Recuento	168	10	14	87		279



Anexos

				% dentro de Sexo	60,2%	3,6%	5,0%	31,2%		100,0%
				% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
				% del total	60,2%	3,6%	5,0%	31,2%		100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	32	0			19	1	52
			% dentro de Sexo	61,5%	,0%			36,5%	1,9%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	59,3%	,0%			50,0%	50,0%	52,0%
			% del total	32,0%	,0%			19,0%	1,0%	52,0%
	Hombre		Recuento	22	6			19	1	48
			% dentro de Sexo	45,8%	12,5%			39,6%	2,1%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	40,7%	100,0%			50,0%	50,0%	48,0%
			% del total	22,0%	6,0%			19,0%	1,0%	48,0%
	Total		Recuento	54	6			38	2	100
			% dentro de Sexo	54,0%	6,0%			38,0%	2,0%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	54,0%	6,0%			38,0%	2,0%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	102	1	2		53	1	159
			% dentro de Sexo	64,2%	,6%	1,3%		33,3%	,6%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	45,5%	5,9%	14,3%		42,4%	50,0%	41,6%
			% del total	26,7%	,3%	,5%		13,9%	,3%	41,6%
	Hombre		Recuento	122	16	12		72	1	223
			% dentro de Sexo	54,7%	7,2%	5,4%		32,3%	,4%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	54,5%	94,1%	85,7%		57,6%	50,0%	58,4%
			% del total	31,9%	4,2%	3,1%		18,8%	,3%	58,4%
	Total		Recuento	224	17	14		125	2	382
			% dentro de Sexo	58,6%	4,5%	3,7%		32,7%	,5%	100,0%
			% dentro de Sector y TIC crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	58,6%	4,5%	3,7%		32,7%	,5%	100,0%



Tabla 29 Sexo * Sector crear empresa propia * Situación laboral *
Quieres crear empresa

Quieres crear empresa Situación laboral				Sector crear empresa propia				Total
					Sector Secundario	Sector Servicios	Construcción	
Si crear empresa	Sexo Hombre	Recuento			1			1
			% dentro de Sexo		100,0%			100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia		100,0%			100,0%
			% del total		100,0%			100,0%
	Total	Recuento			1			1
			% dentro de Sexo		100,0%			100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia		100,0%			100,0%
			% del total		100,0%			100,0%
	Empleado Sexo Mujer	Recuento		10	3	34		47
			% dentro de Sexo	21,3%	6,4%	72,3%		100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	38,5%	12,5%	39,1%		34,3%
			% del total	7,3%	2,2%	24,8%		34,3%
	Hombre	Recuento		16	21	53		90
			% dentro de Sexo	17,8%	23,3%	58,9%		100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	61,5%	87,5%	60,9%		65,7%
			% del total	11,7%	15,3%	38,7%		65,7%
	Total	Recuento		26	24	87		137
			% dentro de Sexo	19,0%	17,5%	63,5%		100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
			% del total	19,0%	17,5%	63,5%		100,0%
	Desempleado Sexo Mujer	Recuento		6	0	19	1	26
			% dentro de Sexo	23,1%	,0%	73,1%	3,8%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	60,0%	,0%	50,0%	50,0%	46,4%
			% del total	10,7%	,0%	33,9%	1,8%	46,4%
	Hombre	Recuento		4	6	19	1	30
			% dentro de Sexo	13,3%	20,0%	63,3%	3,3%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	40,0%	100,0%	50,0%	50,0%	53,6%
			% del total	7,1%	10,7%	33,9%	1,8%	53,6%
	Total	Recuento		10	6	38	2	56
			% dentro de Sexo	17,9%	10,7%	67,9%	3,6%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	17,9%	10,7%	67,9%	3,6%	100,0%
	Total Sexo Mujer	Recuento		16	3	53	1	73
			% dentro de Sexo	21,9%	4,1%	72,6%	1,4%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	44,4%	9,7%	42,4%	50,0%	37,6%
			% del total	8,2%	1,5%	27,3%	,5%	37,6%
	Hombre	Recuento		20	28	72	1	121
			% dentro de Sexo	16,5%	23,1%	59,5%	,8%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	55,6%	90,3%	57,6%	50,0%	62,4%
			% del total	10,3%	14,4%	37,1%	,5%	62,4%
	Total	Recuento		36	31	125	2	194
			% dentro de Sexo	18,6%	16,0%	64,4%	1,0%	100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	18,6%	16,0%	64,4%	1,0%	100,0%
No crear empresa	Sexo Mujer	Recuento		2				2
			% dentro de Sexo	100,0%				100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%				100,0%
			% del total	100,0%				100,0%
	Total	Recuento		2				2
			% dentro de Sexo	100,0%				100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%				100,0%
			% del total	100,0%				100,0%
	Empleado Sexo Mujer	Recuento		58				58
			% dentro de Sexo	100,0%				100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	40,8%				40,8%
			% del total	40,8%				40,8%
	Hombre	Recuento		84				84
			% dentro de Sexo	100,0%				100,0%
			% dentro de Sector crear empresa propia	59,2%				59,2%



Anexos

				% del total	59,2%				59,2%	
Total				Recuento	142				142	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%				100,0%	
				% del total	100,0%				100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer		Recuento	26				26	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	59,1%				59,1%	
				% del total	59,1%				59,1%	
	Hombre			Recuento	18				18	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	40,9%				40,9%	
				% del total	40,9%				40,9%	
	Total			Recuento	44				44	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%				100,0%	
				% del total	100,0%				100,0%	
Total	Sexo	Mujer		Recuento	86				86	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	45,7%				45,7%	
				% del total	45,7%				45,7%	
	Hombre			Recuento	102				102	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	54,3%				54,3%	
				% del total	54,3%				54,3%	
	Total			Recuento	188				188	
				% dentro de Sexo	100,0%				100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%				100,0%	
				% del total	100,0%				100,0%	
Total	Sexo	Mujer		Recuento	2	0			2	
				% dentro de Sexo	100,0%	,0%			100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	,0%			66,7%	
				% del total	66,7%	,0%			66,7%	
	Hombre			Recuento	0	1			1	
				% dentro de Sexo	,0%	100,0%			100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	,0%	100,0%			33,3%	
				% del total	,0%	33,3%			33,3%	
	Total			Recuento	2	1			3	
				% dentro de Sexo	66,7%	33,3%			100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%			100,0%	
				% del total	66,7%	33,3%			100,0%	
Empleado	Sexo	Mujer		Recuento	68	3	34		105	
				% dentro de Sexo	64,8%	2,9%	32,4%		100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	40,5%	12,5%	39,1%		37,6%	
				% del total	24,4%	1,1%	12,2%		37,6%	
	Hombre			Recuento	100	21	53		174	
				% dentro de Sexo	57,5%	12,1%	30,5%		100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	59,5%	87,5%	60,9%		62,4%	
				% del total	35,8%	7,5%	19,0%		62,4%	
	Total			Recuento	168	24	87		279	
				% dentro de Sexo	60,2%	8,6%	31,2%		100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	
				% del total	60,2%	8,6%	31,2%		100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer		Recuento	32	0	19	1	52	
				% dentro de Sexo	61,5%	,0%	36,5%	1,9%	100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	59,3%	,0%	50,0%	50,0%	52,0%	
				% del total	32,0%	,0%	19,0%	1,0%	52,0%	
	Hombre			Recuento	22	6	19	1	48	
				% dentro de Sexo	45,8%	12,5%	39,6%	2,1%	100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	40,7%	100,0%	50,0%	50,0%	48,0%	
				% del total	22,0%	6,0%	19,0%	1,0%	48,0%	
	Total			Recuento	54	6	38	2	100	
				% dentro de Sexo	54,0%	6,0%	38,0%	2,0%	100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	54,0%	6,0%	38,0%	2,0%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer		Recuento	102	3	53	1	159	
				% dentro de Sexo	64,2%	1,9%	33,3%	,6%	100,0%	
				% dentro de Sector crear empresa propia	45,5%	9,7%	42,4%	50,0%	41,6%	



Anexos

	% del total	26,7%	,8%	13,9%	,3%	41,6%
Hombre	Recuento	122	28	72	1	223
	% dentro de Sexo	54,7%	12,6%	32,3%	,4%	100,0%
	% dentro de Sector crear empresa propia	54,5%	90,3%	57,6%	50,0%	58,4%
	% del total	31,9%	7,3%	18,8%	,3%	58,4%
Total	Recuento	224	31	125	2	382
	% dentro de Sexo	58,6%	8,1%	32,7%	,5%	100,0%
	% dentro de Sector crear empresa propia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	58,6%	8,1%	32,7%	,5%	100,0%

**Tabla 30 Sexo * Sector empresa familiar * Situación laboral * Quieres crear empresa**

Quiéres crear empresa Situación laboral				Sector empresa familiar					Total
					Sector Primario	Sector Secundario	Sector Servicios	Construcción	
Si crear empresa	Total	Hombre	Recuento				1		1
			% dentro de Sexo				100,0%		100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar				100,0%		100,0%
			% del total				100,0%		100,0%
	Total	Mujer	Recuento				1		1
			% dentro de Sexo				100,0%		100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar				100,0%		100,0%
			% del total				100,0%		100,0%
	Empleado	Mujer	Recuento	12	2	6	23	4	47
			% dentro de Sexo	25,5%	4,3%	12,8%	48,9%	8,5%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	26,1%	66,7%	30,0%	37,1%	66,7%	34,3%
			% del total	8,8%	1,5%	4,4%	16,8%	2,9%	34,3%
	Empleado	Hombre	Recuento	34	1	14	39	2	90
			% dentro de Sexo	37,8%	1,1%	15,6%	43,3%	2,2%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	73,9%	33,3%	70,0%	62,9%	33,3%	65,7%
			% del total	24,8%	,7%	10,2%	28,5%	1,5%	65,7%
	Total	Mujer	Recuento	46	3	20	62	6	137
			% dentro de Sexo	33,6%	2,2%	14,6%	45,3%	4,4%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	33,6%	2,2%	14,6%	45,3%	4,4%	100,0%
	Desempleado	Mujer	Recuento	6	3	1	12	4	26
			% dentro de Sexo	23,1%	11,5%	3,8%	46,2%	15,4%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	35,3%	50,0%	20,0%	52,2%	80,0%	46,4%
			% del total	10,7%	5,4%	1,8%	21,4%	7,1%	46,4%
	Desempleado	Hombre	Recuento	11	3	4	11	1	30
			% dentro de Sexo	36,7%	10,0%	13,3%	36,7%	3,3%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	64,7%	50,0%	80,0%	47,8%	20,0%	53,6%
			% del total	19,6%	5,4%	7,1%	19,6%	1,8%	53,6%
	Total	Mujer	Recuento	17	6	5	23	5	56
			% dentro de Sexo	30,4%	10,7%	8,9%	41,1%	8,9%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	30,4%	10,7%	8,9%	41,1%	8,9%	100,0%
	Total	Mujer	Recuento	18	5	7	35	8	73
			% dentro de Sexo	24,7%	6,8%	9,6%	47,9%	11,0%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	28,6%	55,6%	28,0%	40,7%	72,7%	37,6%
			% del total	9,3%	2,6%	3,6%	18,0%	4,1%	37,6%
	Total	Hombre	Recuento	45	4	18	51	3	121
			% dentro de Sexo	37,2%	3,3%	14,9%	42,1%	2,5%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	71,4%	44,4%	72,0%	59,3%	27,3%	62,4%
			% del total	23,2%	2,1%	9,3%	26,3%	1,5%	62,4%
	Total	Mujer	Recuento	63	9	25	86	11	194
			% dentro de Sexo	32,5%	4,6%	12,9%	44,3%	5,7%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	32,5%	4,6%	12,9%	44,3%	5,7%	100,0%
No crear empresa	Total	Mujer	Recuento	1			1		2
			% dentro de Sexo	50,0%			50,0%		100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%			100,0%		100,0%
			% del total	50,0%			50,0%		100,0%
	Total	Mujer	Recuento	1			1		2
			% dentro de Sexo	50,0%			50,0%		100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%			100,0%		100,0%
			% del total	50,0%			50,0%		100,0%
	Empleado	Mujer	Recuento	30	1	6	19	2	58
			% dentro de Sexo	51,7%	1,7%	10,3%	32,8%	3,4%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	37,0%	25,0%	85,7%	44,2%	28,6%	40,8%
			% del total	21,1%	,7%	4,2%	13,4%	1,4%	40,8%
	Empleado	Hombre	Recuento	51	3	1	24	5	84
			% dentro de Sexo	60,7%	3,6%	1,2%	28,6%	6,0%	100,0%
			% dentro de Sector empresa familiar	63,0%	75,0%	14,3%	55,8%	71,4%	59,2%
			% del total						



Anexos

				% del total	35,9%	2,1%	,7%	16,9%	3,5%	59,2%
Total				Recuento	81	4	7	43	7	142
				% dentro de Sexo	57,0%	2,8%	4,9%	30,3%	4,9%	100,0%
				% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	57,0%	2,8%	4,9%	30,3%	4,9%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	15	1	3	5	2	26	
			% dentro de Sexo	57,7%	3,8%	11,5%	19,2%	7,7%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	57,7%	100,0%	75,0%	45,5%	100,0%	59,1%	
			% del total	34,1%	2,3%	6,8%	11,4%	4,5%	59,1%	
		Hombre	Recuento	11	0	1	6	0	18	
			% dentro de Sexo	61,1%	,0%	5,6%	33,3%	,0%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	42,3%	,0%	25,0%	54,5%	,0%	40,9%	
			% del total	25,0%	,0%	2,3%	13,6%	,0%	40,9%	
	Total			Recuento	26	1	4	11	2	44
				% dentro de Sexo	59,1%	2,3%	9,1%	25,0%	4,5%	100,0%
				% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	59,1%	2,3%	9,1%	25,0%	4,5%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	46	2	9	25	4	86	
			% dentro de Sexo	53,5%	2,3%	10,5%	29,1%	4,7%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	42,6%	40,0%	81,8%	45,5%	44,4%	45,7%	
			% del total	24,5%	1,1%	4,8%	13,3%	2,1%	45,7%	
		Hombre	Recuento	62	3	2	30	5	102	
			% dentro de Sexo	60,8%	2,9%	2,0%	29,4%	4,9%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	57,4%	60,0%	18,2%	54,5%	55,6%	54,3%	
			% del total	33,0%	1,6%	1,1%	16,0%	2,7%	54,3%	
	Total			Recuento	108	5	11	55	9	188
				% dentro de Sexo	57,4%	2,7%	5,9%	29,3%	4,8%	100,0%
				% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	57,4%	2,7%	5,9%	29,3%	4,8%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	1			1		2	
			% dentro de Sexo	50,0%			50,0%		100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	100,0%			50,0%		66,7%	
			% del total	33,3%			33,3%		66,7%	
		Hombre	Recuento	0			1		1	
			% dentro de Sexo	,0%			100,0%		100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	,0%			50,0%		33,3%	
			% del total	,0%			33,3%		33,3%	
	Total			Recuento	1			2		3
				% dentro de Sexo	33,3%			66,7%		100,0%
				% dentro de Sector empresa familiar	100,0%			100,0%		100,0%
				% del total	33,3%			66,7%		100,0%
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	42	3	12	42	6	105	
			% dentro de Sexo	40,0%	2,9%	11,4%	40,0%	5,7%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	33,1%	42,9%	44,4%	40,0%	46,2%	37,6%	
			% del total	15,1%	1,1%	4,3%	15,1%	2,2%	37,6%	
		Hombre	Recuento	85	4	15	63	7	174	
			% dentro de Sexo	48,9%	2,3%	8,6%	36,2%	4,0%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	66,9%	57,1%	55,6%	60,0%	53,8%	62,4%	
			% del total	30,5%	1,4%	5,4%	22,6%	2,5%	62,4%	
	Total			Recuento	127	7	27	105	13	279
				% dentro de Sexo	45,5%	2,5%	9,7%	37,6%	4,7%	100,0%
				% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	45,5%	2,5%	9,7%	37,6%	4,7%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	21	4	4	17	6	52	
			% dentro de Sexo	40,4%	7,7%	7,7%	32,7%	11,5%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	48,8%	57,1%	44,4%	50,0%	85,7%	52,0%	
			% del total	21,0%	4,0%	4,0%	17,0%	6,0%	52,0%	
		Hombre	Recuento	22	3	5	17	1	48	
			% dentro de Sexo	45,8%	6,3%	10,4%	35,4%	2,1%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	51,2%	42,9%	55,6%	50,0%	14,3%	48,0%	
			% del total	22,0%	3,0%	5,0%	17,0%	1,0%	48,0%	
	Total			Recuento	43	7	9	34	7	100
				% dentro de Sexo	43,0%	7,0%	9,0%	34,0%	7,0%	100,0%
				% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	43,0%	7,0%	9,0%	34,0%	7,0%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	64	7	16	60	12	159	
			% dentro de Sexo	40,3%	4,4%	10,1%	37,7%	7,5%	100,0%	
			% dentro de Sector empresa familiar	37,4%	50,0%	44,4%	42,6%	60,0%	41,6%	



Anexos

	% del total	16,8%	1,8%	4,2%	15,7%	3,1%	41,6%
Hombre	Recuento	107	7	20	81	8	223
	% dentro de Sexo	48,0%	3,1%	9,0%	36,3%	3,6%	100,0%
	% dentro de Sector empresa familiar	62,6%	50,0%	55,6%	57,4%	40,0%	58,4%
	% del total	28,0%	1,8%	5,2%	21,2%	2,1%	58,4%
Total	Recuento	171	14	36	141	20	382
	% dentro de Sexo	44,8%	3,7%	9,4%	36,9%	5,2%	100,0%
	% dentro de Sector empresa familiar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	44,8%	3,7%	9,4%	36,9%	5,2%	100,0%

**Tabla 31 Sexo * Familiar con empresa * Situación laboral * Quieres crear empresa**

Quieres crear empresa				Familiar con empresa		Total	
				Familiar empresario	Familiar NO empresario		
Si crear empresa	Sexo	Hombre	Recuento	1		1	
			% dentro de Sexo	100,0%		100,0%	
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%		100,0%	
			% del total	100,0%		100,0%	
	Total		Recuento	1		1	
			% dentro de Sexo	100,0%		100,0%	
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%		100,0%	
			% del total	100,0%		100,0%	
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	34	13	47
				% dentro de Sexo	72,3%	27,7%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	36,2%	30,2%	34,3%
				% del total	24,8%	9,5%	34,3%
		Hombre		Recuento	60	30	90
				% dentro de Sexo	66,7%	33,3%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	63,8%	69,8%	65,7%
				% del total	43,8%	21,9%	65,7%
		Total		Recuento	94	43	137
				% dentro de Sexo	68,6%	31,4%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	68,6%	31,4%	100,0%
	Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	22	4	26
				% dentro de Sexo	84,6%	15,4%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	52,4%	28,6%	46,4%
				% del total	39,3%	7,1%	46,4%
		Hombre		Recuento	20	10	30
				% dentro de Sexo	66,7%	33,3%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	47,6%	71,4%	53,6%
				% del total	35,7%	17,9%	53,6%
		Total		Recuento	42	14	56
				% dentro de Sexo	75,0%	25,0%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	75,0%	25,0%	100,0%
	Total	Sexo	Mujer	Recuento	56	17	73
				% dentro de Sexo	76,7%	23,3%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	40,9%	29,8%	37,6%
				% del total	28,9%	8,8%	37,6%
		Hombre		Recuento	81	40	121
				% dentro de Sexo	66,9%	33,1%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	59,1%	70,2%	62,4%
				% del total	41,8%	20,6%	62,4%
		Total		Recuento	137	57	194
				% dentro de Sexo	70,6%	29,4%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	70,6%	29,4%	100,0%
No crear empresa	Sexo	Mujer	Recuento	2		2	
			% dentro de Sexo	100,0%		100,0%	
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%		100,0%	
			% del total	100,0%		100,0%	
	Total		Recuento	2		2	
			% dentro de Sexo	100,0%		100,0%	
			% dentro de Familiar con empresa	100,0%		100,0%	
			% del total	100,0%		100,0%	
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	30	28	58
				% dentro de Sexo	51,7%	48,3%	100,0%
				% dentro de Familiar con empresa	46,9%	35,9%	40,8%
				% del total	21,1%	19,7%	40,8%
Hombre			Recuento	34	50	84	
			% dentro de Sexo	40,5%	59,5%	100,0%	
			% dentro de Familiar con empresa	53,1%	64,1%	59,2%	
			% del total				



Anexos

				% del total	23,9%	35,2%	59,2%	
Total				Recuento	64	78	142	
				% dentro de Sexo	45,1%	54,9%	100,0%	
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	45,1%	54,9%	100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	12	14	26		
			% dentro de Sexo	46,2%	53,8%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	63,2%	56,0%	59,1%		
			% del total	27,3%	31,8%	59,1%		
	Hombre		Recuento	7	11	18		
			% dentro de Sexo	38,9%	61,1%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	36,8%	44,0%	40,9%		
			% del total	15,9%	25,0%	40,9%		
	Total			Recuento	19	25	44	
				% dentro de Sexo	43,2%	56,8%	100,0%	
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	43,2%	56,8%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer	Recuento	44	42	86		
			% dentro de Sexo	51,2%	48,8%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	51,8%	40,8%	45,7%		
			% del total	23,4%	22,3%	45,7%		
	Hombre		Recuento	41	61	102		
			% dentro de Sexo	40,2%	59,8%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	48,2%	59,2%	54,3%		
			% del total	21,8%	32,4%	54,3%		
	Total			Recuento	85	103	188	
				% dentro de Sexo	45,2%	54,8%	100,0%	
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	45,2%	54,8%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer	Recuento	2		2		
			% dentro de Sexo	100,0%		100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	66,7%		66,7%		
			% del total	66,7%		66,7%		
	Hombre		Recuento	1		1		
			% dentro de Sexo	100,0%		100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	33,3%		33,3%		
			% del total	33,3%		33,3%		
	Total			Recuento	3	3		
				% dentro de Sexo	100,0%	100,0%		
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%		
				% del total	100,0%	100,0%		
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	64	41	105		
			% dentro de Sexo	61,0%	39,0%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	40,5%	33,9%	37,6%		
			% del total	22,9%	14,7%	37,6%		
	Hombre		Recuento	94	80	174		
			% dentro de Sexo	54,0%	46,0%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	59,5%	66,1%	62,4%		
			% del total	33,7%	28,7%	62,4%		
	Total			Recuento	158	121	279	
				% dentro de Sexo	56,6%	43,4%	100,0%	
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	56,6%	43,4%	100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	34	18	52		
			% dentro de Sexo	65,4%	34,6%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	55,7%	46,2%	52,0%		
			% del total	34,0%	18,0%	52,0%		
	Hombre		Recuento	27	21	48		
			% dentro de Sexo	56,3%	43,8%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	44,3%	53,8%	48,0%		
			% del total	27,0%	21,0%	48,0%		
	Total			Recuento	61	39	100	
				% dentro de Sexo	61,0%	39,0%	100,0%	
				% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	61,0%	39,0%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer	Recuento	100	59	159		
			% dentro de Sexo	62,9%	37,1%	100,0%		
			% dentro de Familiar con empresa	45,0%	36,9%	41,6%		



Anexos

	% del total	26,2%	15,4%	41,6%
Hombre	Recuento	122	101	223
	% dentro de Sexo	54,7%	45,3%	100,0%
	% dentro de Familiar con empresa	55,0%	63,1%	58,4%
	% del total	31,9%	26,4%	58,4%
Total	Recuento	222	160	382
	% dentro de Sexo	58,1%	41,9%	100,0%
	% dentro de Familiar con empresa	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	58,1%	41,9%	100,0%

**Tabla 32 Sexo * Años de experiencia * Situación laboral * Quieres crear empresa**

Quieres crear empresa				Años de experiencia			Total
				Sin experiencia	De 1 a 3 años	Más de 3 años	
Situación laboral							
Si crear empresa	Sexo	Hombre	Recuento			1	1
			% dentro de Sexo			100,0%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia			100,0%	100,0%
			% del total			100,0%	100,0%
	Total		Recuento			1	1
			% dentro de Sexo			100,0%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia			100,0%	100,0%
			% del total			100,0%	100,0%
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	3	4	47
				% dentro de Sexo	6,4%	8,5%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	23,5%	34,3%
				% del total	2,2%	2,9%	34,3%
		Hombre		Recuento	0	13	90
				% dentro de Sexo	,0%	14,4%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	,0%	76,5%	65,7%
				% del total	,0%	9,5%	65,7%
		Total		Recuento	3	17	137
				% dentro de Sexo	2,2%	12,4%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	2,2%	12,4%	85,4%
	Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	3	16	7
				% dentro de Sexo	11,5%	61,5%	26,9%
				% dentro de Años de experiencia	50,0%	64,0%	28,0%
				% del total	5,4%	28,6%	12,5%
		Hombre		Recuento	3	9	18
				% dentro de Sexo	10,0%	30,0%	60,0%
				% dentro de Años de experiencia	50,0%	36,0%	72,0%
				% del total	5,4%	16,1%	32,1%
		Total		Recuento	6	25	25
				% dentro de Sexo	10,7%	44,6%	44,6%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	10,7%	44,6%	44,6%
	Total	Sexo	Mujer	Recuento	6	20	47
				% dentro de Sexo	8,2%	27,4%	64,4%
				% dentro de Años de experiencia	66,7%	47,6%	32,9%
				% del total	3,1%	10,3%	24,2%
		Hombre		Recuento	3	22	96
				% dentro de Sexo	2,5%	18,2%	79,3%
				% dentro de Años de experiencia	33,3%	52,4%	67,1%
				% del total	1,5%	11,3%	49,5%
		Total		Recuento	9	42	143
				% dentro de Sexo	4,6%	21,6%	73,7%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	4,6%	21,6%	73,7%
No crear empresa	Sexo	Mujer	Recuento			2	2
			% dentro de Sexo			100,0%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia			100,0%	100,0%
			% del total			100,0%	100,0%
	Total		Recuento			2	2
			% dentro de Sexo			100,0%	100,0%
			% dentro de Años de experiencia			100,0%	100,0%
			% del total			100,0%	100,0%
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	4	19	35
				% dentro de Sexo	6,9%	32,8%	60,3%
				% dentro de Años de experiencia	80,0%	40,4%	38,9%
				% del total	2,8%	13,4%	24,6%
		Hombre		Recuento	1	28	55
				% dentro de Sexo	1,2%	33,3%	65,5%
				% dentro de Años de experiencia	20,0%	59,6%	61,1%
				% del total			



Anexos

				% del total	,7%	19,7%	38,7%	59,2%
Total				Recuento	5	47	90	142
				% dentro de Sexo	3,5%	33,1%	63,4%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	3,5%	33,1%	63,4%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	9	11	6	26	
			% dentro de Sexo	34,6%	42,3%	23,1%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	52,9%	68,8%	54,5%	59,1%	
			% del total	20,5%	25,0%	13,6%	59,1%	
		Hombre	Recuento	8	5	5	18	
			% dentro de Sexo	44,4%	27,8%	27,8%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	47,1%	31,3%	45,5%	40,9%	
			% del total	18,2%	11,4%	11,4%	40,9%	
	Total			Recuento	17	16	11	44
				% dentro de Sexo	38,6%	36,4%	25,0%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	38,6%	36,4%	25,0%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	13	30	43	86	
			% dentro de Sexo	15,1%	34,9%	50,0%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	59,1%	47,6%	41,7%	45,7%	
			% del total	6,9%	16,0%	22,9%	45,7%	
		Hombre	Recuento	9	33	60	102	
			% dentro de Sexo	8,8%	32,4%	58,8%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	40,9%	52,4%	58,3%	54,3%	
			% del total	4,8%	17,6%	31,9%	54,3%	
	Total			Recuento	22	63	103	188
				% dentro de Sexo	11,7%	33,5%	54,8%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	11,7%	33,5%	54,8%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento			2	2	
			% dentro de Sexo			100,0%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia			66,7%	66,7%	
			% del total			66,7%	66,7%	
		Hombre	Recuento			1	1	
			% dentro de Sexo			100,0%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia			33,3%	33,3%	
			% del total			33,3%	33,3%	
	Total			Recuento			3	3
				% dentro de Sexo			100,0%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia			100,0%	100,0%
				% del total			100,0%	100,0%
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	7	23	75	105	
			% dentro de Sexo	6,7%	21,9%	71,4%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	87,5%	35,9%	36,2%	37,6%	
			% del total	2,5%	8,2%	26,9%	37,6%	
		Hombre	Recuento	1	41	132	174	
			% dentro de Sexo	,6%	23,6%	75,9%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	12,5%	64,1%	63,8%	62,4%	
			% del total	,4%	14,7%	47,3%	62,4%	
	Total			Recuento	8	64	207	279
				% dentro de Sexo	2,9%	22,9%	74,2%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	2,9%	22,9%	74,2%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	12	27	13	52	
			% dentro de Sexo	23,1%	51,9%	25,0%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	52,2%	65,9%	36,1%	52,0%	
			% del total	12,0%	27,0%	13,0%	52,0%	
		Hombre	Recuento	11	14	23	48	
			% dentro de Sexo	22,9%	29,2%	47,9%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	47,8%	34,1%	63,9%	48,0%	
			% del total	11,0%	14,0%	23,0%	48,0%	
	Total			Recuento	23	41	36	100
				% dentro de Sexo	23,0%	41,0%	36,0%	100,0%
				% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	23,0%	41,0%	36,0%	100,0%
Total	Sexo	Mujer	Recuento	19	50	90	159	
			% dentro de Sexo	11,9%	31,4%	56,6%	100,0%	
			% dentro de Años de experiencia	61,3%	47,6%	36,6%	41,6%	



Anexos

	% del total	5,0%	13,1%	23,6%	41,6%
Hombre	Recuento	12	55	156	223
	% dentro de Sexo	5,4%	24,7%	70,0%	100,0%
	% dentro de Años de experiencia	38,7%	52,4%	63,4%	58,4%
	% del total	3,1%	14,4%	40,8%	58,4%
Total	Recuento	31	105	246	382
	% dentro de Sexo	8,1%	27,5%	64,4%	100,0%
	% dentro de Años de experiencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	8,1%	27,5%	64,4%	100,0%

**Tabla 33 Sexo * Estudios realizados * Situación laboral * Quieres crear empresa**

Quieres crear empresa				Situación laboral				Estudios realizados					Total
								Sociales	Técnicas	Humanísticas	Jurídicas	No sabe/no contesta	
Si crear empresa		Sexo	Hombre	Recuento		1					1		
				% dentro de Sexo		100,0%				100,0%			
				% dentro de Estudios realizados		100,0%				100,0%			
				% del total		100,0%				100,0%			
		Total			Recuento		1				1		
					% dentro de Sexo		100,0%				100,0%		
					% dentro de Estudios realizados		100,0%				100,0%		
					% del total		100,0%				100,0%		
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	25	2	3	3	14	47			
				% dentro de Sexo	53,2%	4,3%	6,4%	6,4%	29,8%	100,0%			
				% dentro de Estudios realizados	49,0%	11,1%	50,0%	33,3%	26,4%	34,3%			
				% del total	18,2%	1,5%	2,2%	2,2%	10,2%	34,3%			
			Hombre		Recuento	26	16	3	6	39	90		
					% dentro de Sexo	28,9%	17,8%	3,3%	6,7%	43,3%	100,0%		
					% dentro de Estudios realizados	51,0%	88,9%	50,0%	66,7%	73,6%	65,7%		
					% del total	19,0%	11,7%	2,2%	4,4%	28,5%	65,7%		
			Total		Recuento	51	18	6	9	53	137		
					% dentro de Sexo	37,2%	13,1%	4,4%	6,6%	38,7%	100,0%		
					% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
					% del total	37,2%	13,1%	4,4%	6,6%	38,7%	100,0%		
	Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	8	1	3	2	12	26			
				% dentro de Sexo	30,8%	3,8%	11,5%	7,7%	46,2%	100,0%			
				% dentro de Estudios realizados	42,1%	11,1%	100,0%	40,0%	60,0%	46,4%			
				% del total	14,3%	1,8%	5,4%	3,6%	21,4%	46,4%			
			Hombre		Recuento	11	8	0	3	8	30		
					% dentro de Sexo	36,7%	26,7%	,0%	10,0%	26,7%	100,0%		
					% dentro de Estudios realizados	57,9%	88,9%	,0%	60,0%	40,0%	53,6%		
					% del total	19,6%	14,3%	,0%	5,4%	14,3%	53,6%		
			Total		Recuento	19	9	3	5	20	56		
					% dentro de Sexo	33,9%	16,1%	5,4%	8,9%	35,7%	100,0%		
					% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
					% del total	33,9%	16,1%	5,4%	8,9%	35,7%	100,0%		
	Total	Sexo	Mujer	Recuento	33	3	6	5	26	73			
				% dentro de Sexo	45,2%	4,1%	8,2%	6,8%	35,6%	100,0%			
				% dentro de Estudios realizados	47,1%	10,7%	66,7%	35,7%	35,6%	37,6%			
				% del total	17,0%	1,5%	3,1%	2,6%	13,4%	37,6%			
			Hombre		Recuento	37	25	3	9	47	121		
					% dentro de Sexo	30,6%	20,7%	2,5%	7,4%	38,8%	100,0%		
					% dentro de Estudios realizados	52,9%	89,3%	33,3%	64,3%	64,4%	62,4%		
					% del total	19,1%	12,9%	1,5%	4,6%	24,2%	62,4%		
		Total		Recuento	70	28	9	14	73	194			
				% dentro de Sexo	36,1%	14,4%	4,6%	7,2%	37,6%	100,0%			
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			
				% del total	36,1%	14,4%	4,6%	7,2%	37,6%	100,0%			
No crear empresa	Sexo	Mujer	Recuento	1					1	2			
			% dentro de Sexo	50,0%					50,0%	100,0%			
			% dentro de Estudios realizados	100,0%					100,0%	100,0%			
			% del total	50,0%					50,0%	100,0%			
		Total		Recuento	1					1	2		
				% dentro de Sexo	50,0%					50,0%	100,0%		
				% dentro de Estudios realizados	100,0%					100,0%	100,0%		
				% del total	50,0%					50,0%	100,0%		
	Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	25	7	12	1	13	58			
				% dentro de Sexo	43,1%	12,1%	20,7%	1,7%	22,4%	100,0%			
				% dentro de Estudios realizados	52,1%	25,0%	75,0%	14,3%	30,2%	40,8%			
				% del total	17,6%	4,9%	8,5%	,7%	9,2%	40,8%			
		Hombre		Recuento	23	21	4	6	30	84			
				% dentro de Sexo	27,4%	25,0%	4,8%	7,1%	35,7%	100,0%			
				% dentro de Estudios realizados	47,9%	75,0%	25,0%	85,7%	69,8%	59,2%			



Anexos

				% del total	16,2%	14,8%	2,8%	4,2%	21,1%	59,2%	
Total				Recuento	48	28	16	7	43	142	
				% dentro de Sexo	33,8%	19,7%	11,3%	4,9%	30,3%	100,0%	
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	33,8%	19,7%	11,3%	4,9%	30,3%	100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer		Recuento	10	2	2	1	11	26	
			% dentro de Sexo	38,5%	7,7%	7,7%	3,8%	42,3%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	58,8%	50,0%	50,0%	100,0%	61,1%	59,1%		
			% del total	22,7%	4,5%	4,5%	2,3%	25,0%	59,1%		
	Hombre			Recuento	7	2	2	0	7	18	
			% dentro de Sexo	38,9%	11,1%	11,1%	,0%	38,9%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	41,2%	50,0%	50,0%	,0%	38,9%	40,9%		
			% del total	15,9%	4,5%	4,5%	,0%	15,9%	40,9%		
	Total			Recuento	17	4	4	1	18	44	
				% dentro de Sexo	38,6%	9,1%	9,1%	2,3%	40,9%	100,0%	
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	38,6%	9,1%	9,1%	2,3%	40,9%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer		Recuento	36	9	14	2	25	86	
			% dentro de Sexo	41,9%	10,5%	16,3%	2,3%	29,1%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	54,5%	28,1%	70,0%	25,0%	40,3%	45,7%		
			% del total	19,1%	4,8%	7,4%	1,1%	13,3%	45,7%		
	Hombre			Recuento	30	23	6	6	37	102	
			% dentro de Sexo	29,4%	22,5%	5,9%	5,9%	36,3%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	45,5%	71,9%	30,0%	75,0%	59,7%	54,3%		
			% del total	16,0%	12,2%	3,2%	3,2%	19,7%	54,3%		
	Total			Recuento	66	32	20	8	62	188	
				% dentro de Sexo	35,1%	17,0%	10,6%	4,3%	33,0%	100,0%	
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	35,1%	17,0%	10,6%	4,3%	33,0%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer		Recuento	1	0			1	2	
			% dentro de Sexo	50,0%	,0%			50,0%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	100,0%	,0%			100,0%	66,7%		
			% del total	33,3%	,0%			33,3%	66,7%		
	Hombre			Recuento	0	1			0	1	
			% dentro de Sexo	,0%	100,0%			,0%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	,0%	100,0%			,0%	33,3%		
			% del total	,0%	33,3%			,0%	33,3%		
	Total			Recuento	1	1			1	3	
				% dentro de Sexo	33,3%	33,3%			33,3%	100,0%	
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%	
				% del total	33,3%	33,3%			33,3%	100,0%	
Empleado	Sexo	Mujer		Recuento	50	9	15	4	27	105	
			% dentro de Sexo	47,6%	8,6%	14,3%	3,8%	25,7%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	50,5%	19,6%	68,2%	25,0%	28,1%	37,6%		
			% del total	17,9%	3,2%	5,4%	1,4%	9,7%	37,6%		
	Hombre			Recuento	49	37	7	12	69	174	
			% dentro de Sexo	28,2%	21,3%	4,0%	6,9%	39,7%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	49,5%	80,4%	31,8%	75,0%	71,9%	62,4%		
			% del total	17,6%	13,3%	2,5%	4,3%	24,7%	62,4%		
	Total			Recuento	99	46	22	16	96	279	
				% dentro de Sexo	35,5%	16,5%	7,9%	5,7%	34,4%	100,0%	
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	35,5%	16,5%	7,9%	5,7%	34,4%	100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer		Recuento	18	3	5	3	23	52	
			% dentro de Sexo	34,6%	5,8%	9,6%	5,8%	44,2%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	50,0%	23,1%	71,4%	50,0%	60,5%	52,0%		
			% del total	18,0%	3,0%	5,0%	3,0%	23,0%	52,0%		
	Hombre			Recuento	18	10	2	3	15	48	
			% dentro de Sexo	37,5%	20,8%	4,2%	6,3%	31,3%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	50,0%	76,9%	28,6%	50,0%	39,5%	48,0%		
			% del total	18,0%	10,0%	2,0%	3,0%	15,0%	48,0%		
	Total			Recuento	36	13	7	6	38	100	
				% dentro de Sexo	36,0%	13,0%	7,0%	6,0%	38,0%	100,0%	
				% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	36,0%	13,0%	7,0%	6,0%	38,0%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer		Recuento	69	12	20	7	51	159	
			% dentro de Sexo	43,4%	7,5%	12,6%	4,4%	32,1%	100,0%		
			% dentro de Estudios realizados	50,7%	20,0%	69,0%	31,8%	37,8%	41,6%		



Anexos

	% del total	18,1%	3,1%	5,2%	1,8%	13,4%	41,6%
Hombre	Recuento	67	48	9	15	84	223
	% dentro de Sexo	30,0%	21,5%	4,0%	6,7%	37,7%	100,0%
	% dentro de Estudios realizados	49,3%	80,0%	31,0%	68,2%	62,2%	58,4%
	% del total	17,5%	12,6%	2,4%	3,9%	22,0%	58,4%
Total	Recuento	136	60	29	22	135	382
	% dentro de Sexo	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%
	% dentro de Estudios realizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	35,6%	15,7%	7,6%	5,8%	35,3%	100,0%



Tabla 34 de contingencia Sexo * Master * Situación laboral * Quieres crear empresa

Quiere crear empresa Situación laboral				Master										Total		
				DRHO	EMBA	GESCO	MBA	MBA ENTREPRENEURSHIP	MDF	MPC	MRIURJC	PSDC	PSDV		RRHH	
Si crear empresa	Sexo	Hom bre	Recuento					1							1	
			% dentro de Sexo				100,0%								100,0%	
			% dentro de Master				100,0%								100,0%	
			% del total				100,0%								100,0%	
Total			Recuento					1							1	
			% dentro de Sexo				100,0%								100,0%	
			% dentro de Master				100,0%								100,0%	
			% del total				100,0%								100,0%	
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	4	17	17	0	1	0	2	1	4	0	1	47	
			% dentro de Sexo	8,5%	36,2%	36,2%	,0%	2,1%	,0%	4,3%	2,1%	8,5%	,0%	2,1%	100,0%	
			% dentro de Master	44,4%	30,4%	44,7%	,0%	20,0%	,0%	66,7%	100,0%	80,0%	,0%	25,0%	34,3%	
			% del total	2,9%	12,4%	12,4%	,0%	,7%	,0%	1,5%	,7%	2,9%	,0%	,7%	34,3%	
	Hom bre		Recuento	5	39	21	4	4	2	1	0	1	10	3	90	
			% dentro de Sexo	5,6%	43,3%	23,3%	4,4%	4,4%	2,2%	1,1%	,0%	1,1%	11,1%	3,3%	100,0%	
			% dentro de Master	55,6%	69,6%	55,3%	100,0%	80,0%	100,0%	33,3%	,0%	20,0%	100,0%	75,0%	65,7%	
			% del total	3,6%	28,5%	15,3%	2,9%	2,9%	1,5%	,7%	,0%	,7%	7,3%	2,2%	65,7%	
	Total			Recuento	9	56	38	4	5	2	3	1	5	10	4	137
				% dentro de Sexo	6,6%	40,9%	27,7%	2,9%	3,6%	1,5%	2,2%	,7%	3,6%	7,3%	2,9%	100,0%
				% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% del total	6,6%	40,9%	27,7%	2,9%	3,6%	1,5%	2,2%	,7%	3,6%	7,3%	2,9%	100,0%
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	3	2	12	3	0	1	2	3			0	26	
			% dentro de Sexo	11,5%	7,7%	46,2%	11,5%	,0%	3,8%	7,7%	11,5%			,0%	100,0%	
			% dentro de Master	50,0%	28,6%	60,0%	42,9%	,0%	50,0%	100,0%	42,9%			,0%	46,4%	
			% del total	5,4%	3,6%	21,4%	5,4%	,0%	1,8%	3,6%	5,4%			,0%	46,4%	
	Hom bre		Recuento	3	5	8	4	4	1	0	4			1	30	
			% dentro de Sexo	10,0%	16,7%	26,7%	13,3%	13,3%	3,3%	,0%	13,3%			3,3%	100,0%	



Anexos

				% dentro de Master % del total	50,0 %	71,4 %	40,0 %	57,1 %	100,0%	50,0 %	,0%	57,1 %			100,0%	53,6 %
					5,4%	8,9%	14,3 %	7,1%	7,1%	1,8%	,0%	7,1%			1,8%	53,6 %
	Total			Recuento	6	7	20	7	4	2	2	7			1	56
				% dentro de Sexo	10,7 %	12,5 %	35,7 %	12,5 %	7,1%	3,6%	3,6%	12,5 %			1,8%	100,0%
				% dentro de Master % del total	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%
					10,7 %	12,5 %	35,7 %	12,5 %	7,1%	3,6%	3,6%	12,5 %			1,8%	100,0%
	Total	Se xo	Mujer	Recuento	7	19	29	3	1	1	4	4	4	0	1	73
				% dentro de Sexo	9,6%	26,0 %	39,7 %	4,1%	1,4%	1,4%	5,5%	5,5%	5,5%	,0%	1,4%	100,0%
				% dentro de Master % del total	46,7 %	30,2 %	50,0 %	27,3 %	10,0%	25,0 %	80,0 %	50,0 %	80,0 %	,0%	20,0 %	37,6 %
					3,6%	9,8%	14,9 %	1,5%	,5%	,5%	2,1%	2,1%	2,1%	,0%	,5%	37,6 %
Hom bre			Recuento	8	44	29	8	9	3	1	4	1	10	4	121	
			% dentro de Sexo	6,6%	36,4 %	24,0 %	6,6%	7,4%	2,5%	,8%	3,3%	,8%	8,3%	3,3%	100,0%	
			% dentro de Master % del total	53,3 %	69,8 %	50,0 %	72,7 %	90,0%	75,0 %	20,0 %	50,0 %	20,0 %	100,0%	80,0 %	62,4 %	
				4,1%	22,7 %	14,9 %	4,1%	4,6%	1,5%	,5%	2,1%	,5%	5,2%	2,1%	62,4 %	
Total			Recuento	15	63	58	11	10	4	5	8	5	10	5	194	
			% dentro de Sexo	7,7%	32,5 %	29,9 %	5,7%	5,2%	2,1%	2,6%	4,1%	2,6%	5,2%	2,6%	100,0%	
			% dentro de Master % del total	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				7,7%	32,5 %	29,9 %	5,7%	5,2%	2,1%	2,6%	4,1%	2,6%	5,2%	2,6%	100,0%	
No crear empre sa	Se xo	Mujer	Recuento				1			1					2	
			% dentro de Sexo				50,0 %			50,0 %					100,0%	
			% dentro de Master % del total				100,0%			100,0%					100,0%	
							50,0 %			50,0 %					100,0%	
	Total		Recuento				1			1					2	
			% dentro de Sexo				50,0 %			50,0 %					100,0%	
			% dentro de Master % del total				100,0%			100,0%					100,0%	
							50,0 %			50,0 %					100,0%	
	Empleado	Se xo	Recuento	15	9	19	2		3	1	4	1	3	1	58	
			% dentro de Sexo	25,9 %	15,5 %	32,8 %	3,4%		5,2%	1,7%	6,9%	1,7%	5,2%	1,7%	100,0%	
% dentro de Master % del total			68,2 %	25,0 %	48,7 %	66,7 %		15,0 %	100,0%	50,0 %	100,0%	30,0 %	50,0 %	40,8 %		
			10,6 %	6,3%	13,4 %	1,4%		2,1%	,7%	2,8%	,7%	2,1%	,7%	40,8 %		
Hom bre		Recuento	7	27	20	1		17	0	4	0	7	1	84		



Anexos

			% dentro de Sexo	8,3%	32,1%	23,8%	1,2%		20,2%	,0%	4,8%	,0%	8,3%	1,2%	100,0%
			% dentro de Master	31,8%	75,0%	51,3%	33,3%		85,0%	,0%	50,0%	,0%	70,0%	50,0%	59,2%
			% del total	4,9%	19,0%	14,1%	,7%		12,0%	,0%	2,8%	,0%	4,9%	,7%	59,2%
	Total		Recuento	22	36	39	3		20	1	8	1	10	2	142
			% dentro de Sexo	15,5%	25,4%	27,5%	2,1%		14,1%	,7%	5,6%	,7%	7,0%	1,4%	100,0%
			% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	15,5%	25,4%	27,5%	2,1%		14,1%	,7%	5,6%	,7%	7,0%	1,4%	100,0%
Desempleado	Se xo	Mujer	Recuento	4	1	10	2	0	1		8				26
			% dentro de Sexo	15,4%	3,8%	38,5%	7,7%	,0%	3,8%		30,8%				100,0%
			% dentro de Master	66,7%	33,3%	66,7%	100,0%	,0%	25,0%		61,5%				59,1%
			% del total	9,1%	2,3%	22,7%	4,5%	,0%	2,3%		18,2%				59,1%
		Hom bre	Recuento	2	2	5	0	1	3		5				18
			% dentro de Sexo	11,1%	11,1%	27,8%	,0%	5,6%	16,7%		27,8%				100,0%
			% dentro de Master	33,3%	66,7%	33,3%	,0%	100,0%	75,0%		38,5%				40,9%
			% del total	4,5%	4,5%	11,4%	,0%	2,3%	6,8%		11,4%				40,9%
	Total		Recuento	6	3	15	2	1	4		13				44
			% dentro de Sexo	13,6%	6,8%	34,1%	4,5%	2,3%	9,1%		29,5%				100,0%
			% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%				100,0%
			% del total	13,6%	6,8%	34,1%	4,5%	2,3%	9,1%		29,5%				100,0%
Total	Se xo	Mujer	Recuento	19	10	29	5	0	4	2	12	1	3	1	86
			% dentro de Sexo	22,1%	11,6%	33,7%	5,8%	,0%	4,7%	2,3%	14,0%	1,2%	3,5%	1,2%	100,0%
			% dentro de Master	67,9%	25,6%	53,7%	83,3%	,0%	16,7%	100,0%	57,1%	100,0%	30,0%	50,0%	45,7%
			% del total	10,1%	5,3%	15,4%	2,7%	,0%	2,1%	1,1%	6,4%	,5%	1,6%	,5%	45,7%
		Hom bre	Recuento	9	29	25	1	1	20	0	9	0	7	1	102
			% dentro de Sexo	8,8%	28,4%	24,5%	1,0%	1,0%	19,6%	,0%	8,8%	,0%	6,9%	1,0%	100,0%
			% dentro de Master	32,1%	74,4%	46,3%	16,7%	100,0%	83,3%	,0%	42,9%	,0%	70,0%	50,0%	54,3%
			% del total	4,8%	15,4%	13,3%	,5%	,5%	10,6%	,0%	4,8%	,0%	3,7%	,5%	54,3%
	Total		Recuento	28	39	54	6	1	24	2	21	1	10	2	188
			% dentro de Sexo	14,9%	20,7%	28,7%	3,2%	,5%	12,8%	1,1%	11,2%	,5%	5,3%	1,1%	100,0%
			% dentro de Master	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			% del total	14,9%	20,7%	28,7%	3,2%	,5%	12,8%	1,1%	11,2%	,5%	5,3%	1,1%	100,0%



Anexos

Total	Se xo	Mujer	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total				1 50,0 %	0 0,0%		1 50,0 %					2 100, 0%
							100, 0%	0,0%		100, 0%					66,7 %
							33,3 %	0,0%		33,3 %					66,7 %
		Hom bre	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total				0 0,0%	1 100,0%		0 0,0%					1 100, 0%
							0,0%	100,0%		0,0%					33,3 %
							0,0%	100,0%		0,0%					33,3 %
		Total	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total				1 33,3 %	1 33,3%		1 33,3 %					3 100, 0%
							100, 0%	100,0%		100, 0%					100, 0%
							33,3 %	33,3%		33,3 %					100, 0%
Empleado	Se xo	Mujer	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total	19 18,1 %	26 24,8 %	36 34,3 %	2 1,9%	1 1,0%	3 2,9%	3 2,9%	5 4,8%	5 4,8%	3 2,9%	2 1,9%	105 100, 0%
				61,3 %	28,3 %	46,8 %	28,6 %	20,0%	13,6 %	75,0 %	55,6 %	83,3 %	15,0 %	33,3 %	37,6 %
				6,8%	9,3%	12,9 %	7,7%	4,4%	1,1%	1,1%	1,8%	1,8%	1,1%	7,7%	37,6 %
		Hom bre	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total	12 6,9%	66 37,9 %	41 23,6 %	5 2,9%	4 2,3%	19 10,9 %	1 6,6%	4 2,3%	1 6,6%	17 9,8%	4 2,3%	174 100, 0%
				38,7 %	71,7 %	53,2 %	71,4 %	80,0%	86,4 %	25,0 %	44,4 %	16,7 %	85,0 %	66,7 %	62,4 %
				4,3%	23,7 %	14,7 %	1,8%	1,4%	6,8%	4,4%	1,4%	4,4%	6,1%	1,4%	62,4 %
		Total	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total	31 11,1 %	92 33,0 %	77 27,6 %	7 2,5%	5 1,8%	22 7,9%	4 1,4%	9 3,2%	6 2,2%	20 7,2%	6 2,2%	279 100, 0%
				100, 0%	100, 0%	100,0 %	100, 0%	100,0%	100, 0%	100, 0%	100, 0%	100, 0%	100, 0%	100, 0%	100, 0%
				11,1 %	33,0 %	27,6 %	2,5%	1,8%	7,9%	1,4%	3,2%	2,2%	7,2%	2,2%	100, 0%
Desemple ado	Se xo	Mujer	Recue nto % dentro de Sexo % dentro de Master % del total	7 13,5 %	3 5,8%	22 42,3 %	5 9,6%	0 0,0%	2 3,8%	2 3,8%	11 21,2 %			0 0,0%	52 100, 0%
				58,3 %	30,0 %	62,9 %	55,6 %	0,0%	33,3 %	100, 0%	55,0 %			0,0%	52,0 %
				7,0%	3,0%	22,0 %	5,0%	0,0%	2,0%	2,0%	11,0 %			0,0%	52,0 %
		Hom bre	Recue nto % dentro de Sexo	5 10,4 %	7 14,6 %	13 27,1 %	4 8,3%	5 10,4%	4 8,3%	0 0,0%	9 18,8 %			1 2,1%	48 100, 0%



Anexos

				% dentro de Master % del total	41,7 %	70,0 %	37,1 %	44,4 %	100,0%	66,7 %	,0%	45,0 %			100,0%	48,0 %
					5,0%	7,0%	13,0 %	4,0%	5,0%	4,0%	,0%	9,0%			1,0%	48,0 %
Total				Recuento	12	10	35	9	5	6	2	20			1	100
				% dentro de Sexo	12,0 %	10,0 %	35,0 %	9,0%	5,0%	6,0%	2,0%	20,0 %			1,0%	100,0%
				% dentro de Master % del total	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			100,0%	100,0%
					12,0 %	10,0 %	35,0 %	9,0%	5,0%	6,0%	2,0%	20,0 %			1,0%	100,0%
Total	Se	Mujer		Recuento	26	29	58	8	1	5	6	16	5	3	2	159
	xo			% dentro de Sexo	16,4 %	18,2 %	36,5 %	5,0%	,6%	3,1%	3,8%	10,1 %	3,1%	1,9%	1,3%	100,0%
				% dentro de Master % del total	60,5 %	28,4 %	51,8 %	47,1 %	9,1%	17,9 %	85,7 %	55,2 %	83,3 %	15,0 %	28,6 %	41,6 %
					6,8%	7,6%	15,2 %	2,1%	,3%	1,3%	1,6%	4,2%	1,3%	,8%	,5%	41,6 %
		Hom		Recuento	17	73	54	9	10	23	1	13	1	17	5	223
		bre		% dentro de Sexo	7,6%	32,7 %	24,2 %	4,0%	4,5%	10,3 %	,4%	5,8%	,4%	7,6%	2,2%	100,0%
				% dentro de Master % del total	39,5 %	71,6 %	48,2 %	52,9 %	90,9%	82,1 %	14,3 %	44,8 %	16,7 %	85,0 %	71,4 %	58,4 %
					4,5%	19,1 %	14,1 %	2,4%	2,6%	6,0%	,3%	3,4%	,3%	4,5%	1,3%	58,4 %
Total				Recuento	43	102	112	17	11	28	7	29	6	20	7	382
				% dentro de Sexo	11,3 %	26,7 %	29,3 %	4,5%	2,9%	7,3%	1,8%	7,6%	1,6%	5,2%	1,8%	100,0%
				% dentro de Master % del total	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
					11,3 %	26,7 %	29,3 %	4,5%	2,9%	7,3%	1,8%	7,6%	1,6%	5,2%	1,8%	100,0%

**Tabla 35 Sexo * Aficiones * Situación laboral * Quieres crear empresa**

Quiere s crear empres a				Aficiones									Total
				Ocio: Descansar/Bailar/Ami gos									
Situación laboral					Deporte s	Viajar	Lectura	Música	Cine/Teatr o	Famili a			
Si crear empres a	Sex o	Hombre	Recuento		1								1
			% dentro de Sexo		100,0%								100,0%
			% dentro de Aficiones		100,0%								100,0%
			% del total		100,0%								100,0%
	Total	Recuento		1									1
		% dentro de Sexo		100,0%									100,0%
		% dentro de Aficiones		100,0%									100,0%
		% del total		100,0%									100,0%
Empleado	Sex o	Mujer	Recuento	1	20	3	14	2	2	2	3		47
			% dentro de Sexo	2,1%	42,6%	6,4%	29,8%	4,3%	4,3%	4,3%	6,4%	100,0%	
			% dentro de Aficiones	25,0%	33,3%	30,0%	56,0%	25,0%	33,3%	20,0%	21,4%	34,3%	
			% del total	,7%	14,6%	2,2%	10,2%	1,5%	1,5%	1,5%	2,2%	34,3%	
	Hombre	Recuento	3	40	7	11	6	4	8	11		90	
		% dentro de Sexo	3,3%	44,4%	7,8%	12,2%	6,7%	4,4%	8,9%	12,2%	100,0%		
		% dentro de Aficiones	75,0%	66,7%	70,0%	44,0%	75,0%	66,7%	80,0%	78,6%	65,7%		
		% del total	2,2%	29,2%	5,1%	8,0%	4,4%	2,9%	5,8%	8,0%	65,7%		
	Total	Recuento	4	60	10	25	8	6	10	14		137	
		% dentro de Sexo	2,9%	43,8%	7,3%	18,2%	5,8%	4,4%	7,3%	10,2%	100,0%		
		% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
		% del total	2,9%	43,8%	7,3%	18,2%	5,8%	4,4%	7,3%	10,2%	100,0%		
Desemplea do	Sex o	Mujer	Recuento	1	10	3	2	1	5	1	3		26
			% dentro de Sexo	3,8%	38,5%	11,5%	7,7%	3,8%	19,2%	3,8%	11,5%	100,0%	
			% dentro de Aficiones	100,0%	41,7%	75,0%	15,4%	100,0%	100,0%	100,0%	42,9%	46,4%	
			% del total	1,8%	17,9%	5,4%	3,6%	1,8%	8,9%	1,8%	5,4%	46,4%	
	Hombre	Recuento	0	14	1	11	0	0	0	4		30	
		% dentro de Sexo	,0%	46,7%	3,3%	36,7%	,0%	,0%	,0%	13,3%	100,0%		
		% dentro de Aficiones	,0%	58,3%	25,0%	84,6%	,0%	,0%	,0%	57,1%	53,6%		
		% del total											



Anexos

				% del total	,0%	25,0%	1,8%	19,6%	,0%	,0%	,0%	7,1%	53,6%	
	Total			Recuento	1	24	4	13	1	5	1	7	56	
				% dentro de Sexo	1,8%	42,9%	7,1%	23,2%	1,8%	8,9%	1,8%	12,5%	100,0%	
				% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
				% del total	1,8%	42,9%	7,1%	23,2%	1,8%	8,9%	1,8%	12,5%	100,0%	
	Total	Sexo	Mujer	Recuento	2	30	6	16	3	7	3	6	73	
				% dentro de Sexo	2,7%	41,1%	8,2%	21,9%	4,1%	9,6%	4,1%	8,2%	100,0%	
				% dentro de Aficiones	40,0%	35,3%	42,9%	42,1%	33,3%	63,6%	27,3%	28,6%	37,6%	
				% del total	1,0%	15,5%	3,1%	8,2%	1,5%	3,6%	1,5%	3,1%	37,6%	
	Hombr	e	e	Recuento	3	55	8	22	6	4	8	15	121	
				% dentro de Sexo	2,5%	45,5%	6,6%	18,2%	5,0%	3,3%	6,6%	12,4%	100,0%	
				% dentro de Aficiones	60,0%	64,7%	57,1%	57,9%	66,7%	36,4%	72,7%	71,4%	62,4%	
				% del total	1,5%	28,4%	4,1%	11,3%	3,1%	2,1%	4,1%	7,7%	62,4%	
	Total				Recuento	5	85	14	38	9	11	11	21	194
					% dentro de Sexo	2,6%	43,8%	7,2%	19,6%	4,6%	5,7%	5,7%	10,8%	100,0%
					% dentro de Aficiones	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% del total					2,6%	43,8%	7,2%	19,6%	4,6%	5,7%	5,7%	10,8%	100,0%	
No crear empresa	Sexo	Mujer	Recuento				1				1	2		
			% dentro de Sexo				50,0%				50,0%	100,0%		
			% dentro de Aficiones				100,0%				100,0%	100,0%		
			% del total				50,0%				50,0%	100,0%		
	Total			Recuento				1			1	2		
				% dentro de Sexo				50,0%			50,0%	100,0%		
				% dentro de Aficiones				100,0%			100,0%	100,0%		
				% del total				50,0%			50,0%	100,0%		
Empleado	Sexo	Mujer	Recuento	4	18	2	7	1	8	2	16	58		
			% dentro de Sexo	6,9%	31,0%	3,4%	12,1%	1,7%	13,8%	3,4%	27,6%	100,0%		
			% dentro de Aficiones	40,0%	30,0%	22,2%	31,8%	25,0%	80,0%	33,3%	76,2%	40,8%		
			% del total	2,8%	12,7%	1,4%	4,9%	,7%	5,6%	1,4%	11,3%	40,8%		
Hombr	e	e	Recuento	6	42	7	15	3	2	4	5	84		
			% dentro de Sexo	7,1%	50,0%	8,3%	17,9%	3,6%	2,4%	4,8%	6,0%	100,0%		



Anexos

				% dentro de Aficiones % del total	60,0%	70,0%	77,8%	68,2%	75,0%	20,0%	66,7%	23,8%	59,2%	
					4,2%	29,6%	4,9%	10,6%	2,1%	1,4%	2,8%	3,5%	59,2%	
Total				Recuento	10	60	9	22	4	10	6	21	142	
				% dentro de Sexo	7,0%	42,3%	6,3%	15,5%	2,8%	7,0%	4,2%	14,8%	100,0%	
				% dentro de Aficiones % del total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
					7,0%	42,3%	6,3%	15,5%	2,8%	7,0%	4,2%	14,8%	100,0%	
Desempleado	Sexo	Mujer	Recuento	1	3	2	10	0	4	0	6	26		
			% dentro de Sexo	3,8%	11,5%	7,7%	38,5%	,0%	15,4%	,0%	23,1%	100,0%		
			% dentro de Aficiones % del total	33,3%	30,0%	100,0%	83,3%	,0%	66,7%	,0%	66,7%	59,1%		
				2,3%	6,8%	4,5%	22,7%	,0%	9,1%	,0%	13,6%	59,1%		
	Hombre		Recuento	2	7	0	2	1	2	1	3	18		
			% dentro de Sexo	11,1%	38,9%	,0%	11,1%	5,6%	11,1%	5,6%	16,7%	100,0%		
			% dentro de Aficiones % del total	66,7%	70,0%	,0%	16,7%	100,0%	33,3%	100,0%	33,3%	40,9%		
				4,5%	15,9%	,0%	4,5%	2,3%	4,5%	2,3%	6,8%	40,9%		
	Total			Recuento	3	10	2	12	1	6	1	9	44	
				% dentro de Sexo	6,8%	22,7%	4,5%	27,3%	2,3%	13,6%	2,3%	20,5%	100,0%	
				% dentro de Aficiones % del total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
					6,8%	22,7%	4,5%	27,3%	2,3%	13,6%	2,3%	20,5%	100,0%	
Total	Sexo	Mujer	Recuento	5	21	4	18	1	12	2	23	86		
			% dentro de Sexo	5,8%	24,4%	4,7%	20,9%	1,2%	14,0%	2,3%	26,7%	100,0%		
			% dentro de Aficiones % del total	38,5%	30,0%	36,4%	51,4%	20,0%	75,0%	28,6%	74,2%	45,7%		
				2,7%	11,2%	2,1%	9,6%	,5%	6,4%	1,1%	12,2%	45,7%		
	Hombre		Recuento	8	49	7	17	4	4	5	8	102		
			% dentro de Sexo	7,8%	48,0%	6,9%	16,7%	3,9%	3,9%	4,9%	7,8%	100,0%		
			% dentro de Aficiones % del total	61,5%	70,0%	63,6%	48,6%	80,0%	25,0%	71,4%	25,8%	54,3%		
				4,3%	26,1%	3,7%	9,0%	2,1%	2,1%	2,7%	4,3%	54,3%		
	Total			Recuento	13	70	11	35	5	16	7	31	188	
				% dentro de Sexo	6,9%	37,2%	5,9%	18,6%	2,7%	8,5%	3,7%	16,5%	100,0%	
				% dentro de Aficiones % del total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
					6,9%	37,2%	5,9%	18,6%	2,7%	8,5%	3,7%	16,5%	100,0%	
Total			Sexo	Mujer	Recuento	0	1				1	2		



Anexos

				% dentro de Sexo			,0%		50,0%					50,0%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones			,0%		100,0 %					100,0%	66,7%		
				% del total			,0%		33,3%					33,3%	66,7%		
	Hombr e		Recuent o	% dentro de Sexo			1		0					0	1		
				% dentro de Sexo			100,0%		,0%					,0%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones			100,0%		,0%					,0%	33,3%		
				% del total			33,3%		,0%					,0%	33,3%		
Total			Recuent o	% dentro de Sexo			1		1					1	3		
				% dentro de Sexo			33,3%		33,3%					33,3%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones			100,0%		100,0 %					100,0%	100,0 %		
			% del total			33,3%		33,3%					33,3%	100,0 %			
Empleado	Sex o	Mujer	Recuent o	% dentro de Sexo			5	38	5	21	3	10	4	19	105		
				% dentro de Sexo			4,8%	36,2%	4,8%	20,0%	2,9%	9,5%	3,8%	18,1%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones			35,7%	31,7%	26,3%	44,7%	25,0%	62,5%	25,0%	54,3%	37,6%		
				% del total			1,8%	13,6%	1,8%	7,5%	1,1%	3,6%	1,4%	6,8%	37,6%		
	Hombr e		Recuent o	% dentro de Sexo			9	82	14	26	9	6	12	16	174		
				% dentro de Sexo			5,2%	47,1%	8,0%	14,9%	5,2%	3,4%	6,9%	9,2%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones			64,3%	68,3%	73,7%	55,3%	75,0%	37,5%	75,0%	45,7%	62,4%		
				% del total			3,2%	29,4%	5,0%	9,3%	3,2%	2,2%	4,3%	5,7%	62,4%		
	Total				Recuent o	% dentro de Sexo			14	120	19	47	12	16	16	35	279
						% dentro de Sexo			5,0%	43,0%	6,8%	16,8%	4,3%	5,7%	5,7%	12,5%	100,0 %
						% dentro de Aficiones			100,0 %	100,0%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0 %
						% del total			5,0%	43,0%	6,8%	16,8%	4,3%	5,7%	5,7%	12,5%	100,0 %
Desemplea do	Sex o	Mujer	Recuent o	% dentro de Sexo			2	13	5	12	1	9	1	9	52		
				% dentro de Sexo			3,8%	25,0%	9,6%	23,1%	1,9%	17,3%	1,9%	17,3%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones			50,0%	38,2%	83,3%	48,0%	50,0%	81,8%	50,0%	56,3%	52,0%		
				% del total			2,0%	13,0%	5,0%	12,0%	1,0%	9,0%	1,0%	9,0%	52,0%		
	Hombr e		Recuent o	% dentro de Sexo			2	21	1	13	1	2	1	7	48		
				% dentro de Sexo			4,2%	43,8%	2,1%	27,1%	2,1%	4,2%	2,1%	14,6%	100,0 %		
				% dentro de Aficiones													
				% del total													



Anexos

				% dentro de Aficiones % del total	50,0%	61,8%	16,7%	52,0%	50,0%	18,2%	50,0%	43,8%	48,0%
				% dentro de Aficiones % del total	2,0%	21,0%	1,0%	13,0%	1,0%	2,0%	1,0%	7,0%	48,0%
Total				Recuento	4	34	6	25	2	11	2	16	100
				% dentro de Sexo	4,0%	34,0%	6,0%	25,0%	2,0%	11,0%	2,0%	16,0%	100,0%
				% dentro de Aficiones % del total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% dentro de Aficiones % del total	4,0%	34,0%	6,0%	25,0%	2,0%	11,0%	2,0%	16,0%	100,0%
Total	Sexo	Mujer		Recuento	7	51	10	34	4	19	5	29	159
				% dentro de Sexo	4,4%	32,1%	6,3%	21,4%	2,5%	11,9%	3,1%	18,2%	100,0%
				% dentro de Aficiones % del total	38,9%	32,9%	40,0%	46,6%	28,6%	70,4%	27,8%	55,8%	41,6%
				% dentro de Aficiones % del total	1,8%	13,4%	2,6%	8,9%	1,0%	5,0%	1,3%	7,6%	41,6%
		Hombre		Recuento	11	104	15	39	10	8	13	23	223
				% dentro de Sexo	4,9%	46,6%	6,7%	17,5%	4,5%	3,6%	5,8%	10,3%	100,0%
				% dentro de Aficiones % del total	61,1%	67,1%	60,0%	53,4%	71,4%	29,6%	72,2%	44,2%	58,4%
				% dentro de Aficiones % del total	2,9%	27,2%	3,9%	10,2%	2,6%	2,1%	3,4%	6,0%	58,4%
Total				Recuento	18	155	25	73	14	27	18	52	382
				% dentro de Sexo	4,7%	40,6%	6,5%	19,1%	3,7%	7,1%	4,7%	13,6%	100,0%
				% dentro de Aficiones % del total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
				% dentro de Aficiones % del total	4,7%	40,6%	6,5%	19,1%	3,7%	7,1%	4,7%	13,6%	100,0%